

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO DE COMUNICAÇÃO E EXPRESSÃO
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM JORNALISMO

MARCELO BARCELOS

JORNALISMO CIDADÃO: PARTICIPAÇÃO DO LEITOR
NOS JORNAIS DO GRUPO RBS EM SANTA CATARINA

Florianópolis

2011

MARCELO BARCELOS

JORNALISMO CIDADÃO: PARTICIPAÇÃO DO LEITOR
NOS JORNAIS DO GRUPO RBS EM SANTA CATARINA

Dissertação apresentada ao programa de Pós-Graduação em Jornalismo da Universidade Federal de Santa Catarina, como requisito parcial para a obtenção do título de Mestre em Jornalismo.

Orientador: Prof. Dr. Rogério Christofolletti

Florianópolis

2011

AGRADECIMENTOS

Esta pesquisa é resultado de um esforço não só do pesquisador, mas também daqueles que o acompanharam ao longo destes dois anos e três meses como discente no Mestrado em Jornalismo da UFSC. O sonho de cursar uma pós-graduação de alto nível bateu com a realidade. Neste período transformador e de aproximação com a ciência jornalística e, ainda, no desafio de atuar como professor universitário, não posso deixar de agradecer o apoio incondicional recebido dentro de casa. Fiel torcedora, minha mãe representou a superação de que precisava para jamais esmorecer diante das dificuldades em um ano difícil para nós dois. Ao lado dela, meu orientador, Dr. Rogério Christofolletti, desempenhou um papel fundamental na função de exigir rigor e aprofundamento diante do tema pesquisado. Entre conversas, discussões e alfinetadas que me fizeram despertar, o saldo não poderia ser melhor: concluir um trabalho no qual se buscou contemplar inovação e tradição no jornalismo. Meu agradecimento às professoras, Dra. Maria José Baldessar e Dra. Gislene Silva, que contribuíram pontualmente com considerações que ressaltaram os dados apurados. Muito obrigado à Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) por estimular um ensino de qualidade e, claro, ao Programa de Pós-graduação em Jornalismo (POSJor) que sempre trouxe novidades aos estudantes e esteve pronto para nos atender. Um abraço mais do que especial fica registrado aos amigos do peito, àqueles com quem dividi anseios, medos e onde sempre encontrei apoio. Seria impossível citar todos aqui. Aos colegas que emprestaram sua disponibilidade para compartilhar conhecimento e aos meus alunos que souberam compreender a limitação de tempo, muitas vezes, para atendê-los. À força que vem de não se sabe onde e nos empurra para frente, para concluir o que se começou. O final, sempre, é transformador.

"Existe necessariamente uma diferença entre o modo como nos vemos a nós próprios e o modo como os outros nos veem. Quando falam de nós, achamos sempre os elogios merecidos; mas as críticas são em geral injustas."

José António Saraiva, 2008

RESUMO

A partir da evolução das Tecnologias Informação e Comunicação (TIC's) e a abertura de canais de publicação em meios digitais, ao lado do jornalista profissional, está o cidadão comum, que também produz conteúdo jornalístico em um fenômeno conceituado “jornalismo cidadão”. Em busca dos impactos provocados pela chegada deste personagem no jornal impresso e na cultura jornalística que este trabalho mergulha. Para isso, a pesquisa investigou a participação dos leitores nos quatro jornais impressos do Grupo RBS em Santa Catarina (Hora de Santa Catarina, Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina e A Notícia), totalizando um *corpus* de 27 edições analisadas – durante uma semana completa de cada um. Também foram realizadas entrevistas semiestruturadas com jornalistas das quatro redações para compreender como a colaboração é avaliada. De maneira exploratória, o trabalho caracterizou a produção amadora (feita pelos leitores) publicada conforme as seguintes matrizes de análise: a) pluralidade de fontes; b) impessoalidade no discurso; c) atualidade; d) interesse público e) gênero f) *hard news* e g) *soft news*. As produções dos leitores aparecem em quase todas as editoriais, ora na voz do cidadão, ora diluída na edição do jornalista, que a complementa. É possível concluir que os jornalistas ainda se moldam à presença do leitor-produtor. Defendem o conhecimento específico profissional, obtido na academia e na prática, sob o risco à imprecisão e à narrativa falseada diante do material enviado pelo público. No entanto, reconhecem a necessidade ampliar o relacionamento junto às audiências em busca das produções dos leitores, em um processo que chamamos de “coautoria vigiada”.

Palavras-chave: Jornalismo Cidadão. Jornal Impresso. Participação. Jornalistas. Leitor.

ABSTRACT

Since the evolution of Information and Communication Technologies (ICTs) and the opening of channels in digital media publishing, alongside the professional journalist lies the ordinary citizen, who also produces news content in a phenomenon denominated “citizen journalism”. The main objective of this research is to try to understand the impacts caused by the upcoming of this new character in the newspaper and journalistic culture. To pursuit this, the participation of readers of four newspapers of the RBS group in the state of Santa Catarina (Hora de Santa Catarina, Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina and A Notícia) was analysed, in a corpus of 27 issues – a full week of each. Semi-structured interviews were also conducted with four journalists of each redaction to understand how the collaboration is valued. Through the exploratory method, this research characterized the amateur production (made by the reader) published as the following matrix of analyses: a) plurality of sources; b) discourse impersonality; c) present; d) public interest; e) gender; f) hard news; g) soft news. The production of the readers take place in almost all of the editorials, sometimes in the voice of the citizen, others, diluted in the journalist editorial, in a complementary way. As a result of the research, it is possible to conclude that journalists are still adapting themselves with the presence of the reader-producer. They still protect their professional expertise, obtained in the academy and practice, at the risk of inaccuracy and distorted narrative before the material submitted by the public. However, they recognize the need to expand the relationship with audiences in the search of the productions of readers, in a process denominated “controlled co-authorship”.

Key words: Citizen Journalism. Newspapers. Participation. Journalists. Reader.

LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Figura 1 YouTube DIRECT	28
Figura 2 Entidades parceiras do YouTube DIRECT	29
Figura 3 OhmyNews	30
Figura 4 Versão inglesa do OhmyNews	31
Figura 5 Reporteros de América	32
Figura 6 Mapa interativo do Reportero Digital	33
Figura 7 Centro de Mídia Independente (CMI)	36
Figura 8 Subsite do G1, o VC	38
Figura 9 Jornal do Brasil: leitor-repórter	38

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	09
1.1	PROBLEMA DE PESQUISA	11
1.2	OBJETIVOS	19
1.3	METODOLOGIA	20
1.3.1	Apresentação do objeto empírico Breve histórico dos jornais	
1.3.2	Técnicas de coleta e análise..... Categorizações e entrevistas na redação	23
2	TRAJETÓRIA DO JORNALISMO CIDADÃO	27
2.1	MODELOS.....	32
2.2	CENÁRIO BRASILEIRO.....	41
3	COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS EM REVISÃO	49
3.1	TÉCNICA	50
3.2	ÉTICA	55
3.3	COLABORAÇÃO E AMEAÇA	58
4	ANÁLISE DA PRODUÇÃO DOS LEITORES NOS JORNAIS DA RBS	
4.2	HORA DE SANTA CATARINA	65
4.3	A NOTÍCIA	77
4.4	DIÁRIO CATARINENSE	95
4.5	JORNAL DE SANTA CATARINA	106
5	A COLABORAÇÃO NA VISÃO DOS JORNALISTAS	116
6	CONSIDERAÇÕES FINAIS	135
	REFERÊNCIAS	141

1 INTRODUÇÃO

As cenas do assassinato do então presidente da Líbia, Muamar Kadafi, em outubro de 2011, gravadas com um telefone celular, percorreram a Internet em segundos e revelaram ao mundo, antes de qualquer jornalista, o desfecho de uma revolução em busca de liberdade política e democracia. A chuva na região serrana do estado do Rio de Janeiro, no primeiro mês de 2011, que provocou a morte de mais de 900 pessoas. O terremoto que atingiu o Chile em 2010, causando a destruição de dezenas de cidades. E o assassinato, flagrado em vídeo, da iraniana Neda Agha-Soltan, nas ruas de Teerã, capital daquele país, em 2009.

O desdobramento e a narração desses fatos – e sua repercussão junto à sociedade e dentro da própria imprensa tradicional – não teriam sido os mesmos se o jornalismo cidadão não fosse praticado. Testemunhados por pessoas que não têm como profissão o jornalismo, mas que, por um determinado instante circunstancial assumem o papel de repórteres, os acontecimentos que chegaram ao conhecimento público, ganharam novas narrativas, angulações, relatos e testemunhos exclusivos de quem estava no lugar certo, na hora certa.

Embora boa parte das empresas de comunicação – de médio e grande porte – ainda apresente certa resistência a permitir que seus públicos participem da produção das notícias, é notório que a presença dos repórteres-cidadãos, pouco a pouco, vai se consolidando dentro de portais de notícias, emissoras de televisão, jornais online e, até mesmo, nos veículos impressos, como se discutirá ao longo do texto.

Antes da evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's), respaldadas pelas potencialidades de uma sociedade conectada em rede, graças à Internet, a participação de leitores de jornais impressos, por exemplo, era restrita a seções como “Cartas do Leitor” e em editoriais do tipo “Opinião”, destinadas a publicar artigos e crônicas do público e – vale lembrar – através de um diálogo de pouca interação com os jornalistas e redação.

Ao abrirmos as páginas dos jornais hoje, percebemos novas “marcas do leitor”, em diferentes segmentos editoriais ao longo do jornal. Com a criação de seções específicas, originárias de canais online dos veículos, como “Leitor-repórter”, “Você-repórter” e “Repórter-cidadão” e devido à facilidade de acesso de ferramentas de tecnologia como hardwares e softwares (computadores, **laptops**, **palmtops**, câmeras digitais, telefonia digital, redes Wi-Fi e a mobilidade de informação permitida via dispositivos como **smartphones** e **tablets**), este novo processo de colaboração do público, antes considerado apenas receptor, se potencializou.

Fenômeno conceituado de jornalismo cidadão, mas também chamado de jornalismo **open source** (produção aberta), jornalismo colaborativo, jornalismo participativo e até mesmo

jornalismo cívico, o movimento que dá ao cidadão comum o poder de se assumir como repórter – e distribuir informação jornalística –, é um dos mais conflitantes paradigmas do jornalismo na atualidade, a exemplo do que tratam autores como (BOWMAN e WILLIS, 2003; BRUNS, 2005; GILLMOR, 2004; MADUREIRA, 2010). Isto porque as audiências invadem um território até pouco tempo fechado: o da produção das notícias.

Embora tenha nascido como uma forma (e intenção) independente e livre de divulgar informações do público para o público, por meio de blogs, sites pessoais e sites de publicação aberta (wikis), o modelo acabou sendo apropriado pela imprensa tradicional. É pertinente destacar que a missão do jornalismo cidadão era justamente fugir da leitura dos *media*, concedendo aos participantes a possibilidade de ser uma nova voz a narrar acontecimentos jornalísticos, distante dos embargos ideológicos, corporativos e editoriais existentes nas redações e nos grandes grupos de comunicação.

Simultaneamente ao debate, junto a repórteres e na academia, sobre até que ponto esse tipo de contribuição/colaboração é jornalismo de fato e os limites de atuação dos leitores-repórteres, percebe-se que, em muitos dos jornais impressos o público ganha espaço na participação da produção de notícias. Não só aparece como uma figura reconhecida, mas muitas vezes é identificada e estimulada a participar.

Inúmeras empresas de comunicação, como o Grupo RBS¹, abriram canais específicos ao conteúdo gerado pelos leitores, e utilizam-no para complementar o noticiário tradicional produzido pela equipe, como demonstramos no capítulo dedicado à análise dos jornais investigados. Lado a lado com reportagens escritas por repórteres profissionais, percebemos a presença do leitor, seja através de um selo indicando que o assunto foi proposto por ele ou em forma de nota, comentário ou, até mesmo, coluna.

Por alterar modos de produção e papéis no processo de comunicação e informação contemporânea, a aproximação entre leitor e jornalista é conflitante e polêmica. Levantam-se questões a respeito da legitimidade do leitor para abordar assuntos jornalísticos, levando em conta elementos essenciais ao tratamento da informação jornalística como a isenção, a precisão, o compromisso com a verdade e o domínio da técnica dentro de competências profissionais diluídas e, agora, partidas, servidas à mesa para quem quiser experimentá-las. Afinal, essas tarefas, até então, eram exclusivas do jornalista.

¹ Fundada em agosto de 1957, por Maurício Sirotsky Sobrinho, a Rede Brasil Sul (Grupo RBS) é uma das mais influentes e amplas empresas de comunicação do País. Com atuação e liderança predominantemente nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina, o grupo tem oito jornais, sete portais de Internet, 18 sucursais de televisão, além de emissoras de rádios, como a Rádio Gaúcha, Atlântida e Itapema FM, gravadora, uma editora e uma fundação.

À custa de transformações impostas pelo cenário atual, o jornalista tem sido forçado a encarar um redesenho da sua cultura profissional que atinge, obviamente, seu código deontológico, justo em um período em que a formação acadêmica não é mais requisito obrigatório para o exercício da profissão no Brasil, conforme decisão do Superior Tribunal Federal, como veremos mais adiante.

A participação do público, em diferentes instâncias na produção jornalística, do flagrante, à apuração e distribuição de conteúdo informativo propõe uma nova receita para fazer jornalismo. Nela, as decisões e a pauta, por exemplo, não são desenhadas somente dentro da redação pelos jornalistas. A audiência também entra na arena deste debate com seu conteúdo, ora produzido espontaneamente e ao acaso, ora obtido após um chamado ou convocação dos veículos por meio de reportagens especiais e/ou seções.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Muito antes de os jornais, e a comunicação em geral, experimentarem os primeiros passos da revolução tecnológica que ampliou profundamente a possibilidade de interação entre o público e os jornalistas, Alberto Dines reiterava: “o leitor, o ouvinte ou o telespectador são, na realidade, os verdadeiros proprietários dos veículos de comunicação”. (2009, p. 55).

Sem o público consumidor, ou o que se convencionou chamar de audiências, é bem verdade, não há jornal. Portanto, a aproximação entre o leitor e o jornalista que se testemunha hoje, contribuiria – com prejuízos e conflitos que serão expostos à frente – para compensar um déficit de comunicação e interesses entre dois polos afastados por décadas, desde a consolidação do modelo de negócio baseado no lucro dos grupos de comunicação e na tradicional emissão de informações jornalísticas.

A exemplo do que foi dito, a evolução dos canais de comunicação e a popularização da Internet, provocou e, certamente, provocará ainda uma série de reconfigurações no fazer jornalístico, que atinge sua produção, formato, conteúdo e público. Afinal, o leitor de hoje já não é e não age mais como aquele de 20 anos atrás.

Como destaca Lévy, o contexto global, atrelado às potencialidades dos recursos digitais, permitiu que os espectadores da notícia rompessem com uma recepção relativamente passiva da informação. Agora, é possível não “apenas ler um livro, como navegar em hipertexto, olhar uma série de imagens... mas também alimentar essa memória com textos, imagens, etc”. (1999, p. 94).

Portanto, o leitor, entendido aqui como amador², pode, de alguma forma, interferir no processo de produção das mídias tradicionais, como o rádio, o jornal impresso e a televisão – e, por último, os veículos de Internet.

Atualmente, com o advento da Internet, as listas de discussão representam um canal informal semelhante aos colégios invisíveis e os círculos sociais dos tempos passados. As listas de discussão permitem a criação de comunidades virtuais onde pessoas que possuem interesses comuns discutem, trocam informações por meio de um processo comunicacional instantâneo, ágil e, portanto, sem barreiras de tempo e espaço. A internet amplia as possibilidades de troca de informação na medida em que permite ao pesquisador compartilhar e interagir com a *inteligência coletiva*. (LEVY, 1998, p. 27).

Diante de um público cada vez mais “plugado” na rede mundial de computadores³ e atuante, muitas empresas de comunicação despertaram para o que virou tendência no mundo inteiro: o jornalismo cidadão (BRAMBILLA, 2006; CARDOSO, 2006; GILLMOR, 2004; OUTING, 2005; PRIMO, 2006 e SALAVERRÍA, 2010), modelo que passou a existir, com forte impacto a partir do ano 2000, de forma individual e independente, por meio de sites pessoais e blogs, microblogs e perfis em redes sociais abastecidos por textos e fotos de pessoas comuns, a maioria insatisfeita com a cobertura dos grandes conglomerados de mídia.

Querendo atrair esses leitores que começavam a “produzir notícia” e ampliar o seu raio de ação, vigília e “presença” jornalística, muitas empresas de comunicação em todo o mundo passaram a abrir espaço para as contribuições dos leitores, como vemos em diversos sites de jornais através de chamadas e seções, como: “Você é o repórter”, “Envie a sua Notícia”, “Mande seu Vídeo ou Foto” ou “Sugestão do leitor”.

² Adotamos o termo “amador” para nomear a condição dos leitores enquanto produtores de conteúdo (com valor jornalístico ou não), destacando que sua participação se dá como forma de colaboração (esporádica/eventual), em diferentes instâncias das rotinas produtivas do jornal, da pauta à produção fotográfica. Conforme o Dicionário Aurélio, o adjetivo amador classifica aquele que “se dedica a uma arte ou ofício, sem fazer destes um meio de vida”. Enquanto substantivo é usado para descrever “quem entende superficialmente de alguma coisa”. No campo do Jornalismo, como autores conceituam a seguir, a figura do amador está associada a pessoas que não têm formação acadêmica e tampouco são experts ou atuam como profissionais na área. No livro “O Culto do Amador”, Andrew Keen reforça esta característica: o amador é um apreciador, que age de maneira ocasional, que não é remunerado por sua contribuição e, ainda, não sofre os impactos de uma ética da responsabilidade por aquilo que produz, pois não está diretamente ligado a uma instituição, categoria ou empresa. É desta forma que trataremos os leitores que contribuem com seus materiais junto aos jornais pesquisados.

³ Segundo dados do site Internet Usage Statistics (MINIWATTS MARKETING GROUP, 2001-2011), no dia 24 de outubro de 2011, a Internet contava com mais dois bilhões de usuários, o que corresponderia a 30.2% da população mundial, somando quase 35 bilhões de páginas em 97 línguas diferentes. Na data, o Brasil contaria com mais de 75 milhões de usuários, figurando à frente de todos os demais 19 países da América Latina. Aqui, a Internet já seria usada por 41,8% da população.

Embora se constate que a plataforma dominante e ideal a publicar os conteúdos feitos por amadores seja a digital, através dos sites, blogs e interfaces de interatividade imediata, nota-se o aparecimento de “marcas” dessa produção amadora também nos tradicionais veículos impressos, como os jornais Hora de Santa Catarina, Diário Catarinense, Jornal de Santa Catarina e A Notícia.

De certo modo, é possível interpretar que o uso desse tipo de material nos jornais impressos resulta em um empenho das empresas jornalísticas para não perderem espaço e, claro, também, garantir audiência, chamando para dentro dos processos de produção os seus públicos.

As produções feitas por amadores que, no surgimento do jornalismo cidadão, ganhavam publicação apenas nos endereços eletrônicos de grandes grupos de comunicação, hoje podem ser encontradas em diferentes seções – inclusive na capa – de jornais impressos cadernos de específicos como será apontado a seguir.

Desta forma, mídias, como os jornais impressos, não estariam fadadas ao desaparecimento, mas, sim, obrigadas a interagir com os diferentes meios de comunicação para sobreviver, obrigadas a uma reordenação que vai do processo de seleção, às decisões editoriais e criação de novas funções nas redações.

Obviamente, para isso, os jornais impressos tiveram que se adaptar: sofreram mudanças nas rotinas produtivas, revisaram métodos de seleção e edição de conteúdo em busca de uma nova identidade de produto e se reinventaram. Ao abraçarem o conteúdo amador, encontraram essa mudança em uma maior valorização do leitor, um personagem que – pelo contexto social e tecnológico – reivindica, hoje, via canais de expressão, a defesa de ideias, denúncias. Deseja, enfim, se comunicar.

Agora a convergência ressurgiu como um importante ponto de referência, à medida que novas e velhas empresas tentam imaginar o futuro da indústria do entretenimento. Se o paradigma da revolução digital presumia que as novas mídias substituiriam as antigas, o emergente paradigma da convergência presume que novas e antigas mídias estão a interagir de formas cada vez mais complexas... Cada vez mais, líderes da indústria midiática estão retornando à convergência como uma forma de encontrar sentido, num momento de confusas transformações. A convergência é, nesse sentido, um conceito antigo presumindo novos significados. (JENKINS, 2008, p. 31).

Parte dessa reinvenção está relacionada aos canais de diálogo que se impõem, dentro e fora das mídias tradicionais, para dar voz aos leitores-repórteres. Diante dessas mutações, é evidente que foi preciso repensar o modo de trabalho das redações e, conseqüentemente, a

função dos profissionais. Foi necessário treinar repórteres para dar conta da avalanche de participações e dosar o conteúdo processado em dois terrenos bastante distintos, feitos por produtores com valores pessoais e profissionais tão variados.

A partir deste contexto, buscam-se respostas para compreender como as redações dos quatro jornais impressos do Grupo RBS em Santa Catarina estão se adaptando à presença do leitor-repórter e do leitor produtor de conteúdo, de forma geral. Julgamos pertinente descobrir características e critérios que envolvem a colaboração do leitor. Afinal, de que forma essa colaboração é processada, avaliada e incorporada à informação produzida por jornalistas profissionais?

Para conhecer o funcionamento desse processo, a pesquisa mapeia e caracteriza – sob matrizes jornalísticas – os tipos de produções geradas pelo leitor, o espaço elas ocupam no jornal, em que assuntos não consegue penetrar e de que maneira textos, fotos e testemunhos contribuem (ou ameaçam) a elaboração de uma informação credível mais ampla, permeada por diferentes vozes.

Da ótica e profissionalidade dos jornalistas, procura-se identificar elementos que sustentam a seleção do material, o tratamento às contribuições e a possível existência de tensões provocadas pela aproximação entre público e jornalistas. Inúmeras considerações a respeito da produção amadora, dos leitores, lado a lado com a profissional, em um jornal tradicional são levantadas: 1) redução das equipes e demissões; 2) transferência de funções e delegação de tarefas, antes exclusivas dos jornalistas, repassadas ao público; 3) sobrecarga de trabalho dos profissionais que, agora, ainda têm volume considerável de informações extra-pauta; 4) a qualidade da informação jornalística derivada das contribuições do público; 5) fragilidades da interação recente e os embates éticos/técnicos sobre a ruptura de competências dos jornalistas.

Se o leitor for colocado na função de pautar o jornal, será colocada em xeque a capacidade, antes só do jornalista, não só de transmitir as notícias como elas são, mas, também, de produzi-las. Dessa forma, Garbarino (1982, p.10) atenta que “na produção de informação de massa, temos, portanto, [...] a cultura profissional, entendida como um emaranhado de fachadas e astúcias táticas, de códigos”, todos eles usados e adquiridos pela formação acadêmica e experiência do jornalista, independente do meio onde atua.

No que diz respeito à prática da profissão, às rotinas diárias e à deontologia dos jornalistas, Garbarino (1982, p. 12) lembra que “uma série de convenções profissionais estabelecem uma convenção que determina a definição do que é notícia no processo produtivo”. Portanto, essa convenção estaria centrada em técnicas, normas e competências

exclusivas, mas que passam a ser igualmente partilhadas, hoje, pelo público amador. (BRAMBILLA, 2005; GILLMOR, 2005).

Os pressupostos do bom jornalismo englobam o grau de conhecimento do assunto ou do acontecimento, a competência linguística e os campos de interesses do público. Princípios éticos e morais são fundamentais à conduta do jornalista. Como bem lembra Karam (1997), não se pode perder de vista que o profissional é um mediador social, apesar de toda controvérsia que lhe é atribuída quanto à isenção, distanciamento, independência e benevolência a favor do bem coletivo e contra o favorecimento individual.

Conforme Lage (2001) e Senra (1997), sua função está intimamente ligada à manutenção da democracia, por meio de ações que conduzam informações, devidamente organizadas e contextualizadas, para auxiliar os cidadãos a formar opinião sobre temas atuais, conflitos e debates que cercam a vida social e exigem atualização diária.

Embora cada vez mais amarrado a condições precárias de trabalho, tendo de lutar contra um *deadline* baseado no instantâneo e agindo conforme o desejo editorial de grupos de comunicação, ainda se espera que o jornalista atue junto à comunidade para desvelar segredos em prol de um ideal de democracia.

É inerente ao jornalista a comparação de sua figura a um vigia da sociedade, sempre em prontidão, em busca de temas e acontecimentos complexos que pessoas e grupos gostariam de esconder por interesse privado, por exemplo. Nesse sentido, o jornalista deve investigar, contrastar opiniões, buscar a verdade e convidar o público ao diálogo, através de um olhar de *expertise* que tem diante dos fatos.

São funções que, ao longo dos tempos, concederam ao jornalismo e, obviamente, ao profissional que faz dele seu ofício diário, um papel fundamental à organização e evolução das sociedades, documentando o que ficou na história, debatendo o presente e tentando resenhar o futuro.

Como pontua Christofolletti (2008), a imprensa, de forma geral, tem nas mãos o poder de contribuir na construção de um julgamento social das pessoas e organizações, ao ser um referencial de formação da opinião pública através dos noticiários e reportagens.

Os meios de comunicação se ocupam das narrativas cotidianas que têm como protagonistas pessoas de todas as partes, o que significa dizer que o jornalismo lida com reputações e honras pessoais, com valores e conceitos, como imaginário popular, com versões da história e com o próprio senso de verdade e realidade. Se há um poder imenso nas redações, paira também pelas cabeças de repórteres e editores uma grande responsabilidade. Nessas condições, valores, princípios, consciência e caráter não são meras palavras

vazias, retórica acadêmica. Cláudio Abramo, emblemático jornalista brasileiro, já disse certa vez que “o jornalismo é o exercício diário da inteligência e a prática cotidiana do caráter. Nesse sentido, agir com retidão e agir com responsabilidade e comprometimento ético é tão importante quanto executar com precisão e correção as etapas de produção de uma notícia. No jornalismo, ética e técnica não se deslocam. (Id. *Ibid.*, p. 31).

Assim, entende-se que esses profissionais possuem um conhecimento que lhes é próprio, como a percepção do tempo, a aprendizagem de um vocabulário específico, um modo de narrar, uma tática para reconhecer os eventos noticiáveis, por meio de critério de noticiabilidade e a compreensão para escolher determinadas fontes de informação em detrimento de outras.

Conforme Traquina (2005), essas exclusividades se transformam em uma cultura profissional que estabelece uma maneira de agir, ver, falar e contar os fatos que diferenciam esses profissionais de outras pessoas, e que, exatamente por isso, conferem-lhes uma atividade normatizada, única e pontual. Algo que Tuchman (1978) chamou de “conhecimento sagrado” e “capacidade secreta”, ao empreender uma das mais importantes pesquisas sobre as rotinas profissionais e os fundamentos que norteiam as decisões dos jornalistas na produção das notícias.

Mas a cultura jornalística é também uma cultura rica em mitos, símbolos e representações sociais que fornecem a esta comunidade interpretativa toda uma liturgia de figuras bem claras dos vilões e heróis a que os membros da tribo prestam homenagem ou devotam ódio. O próprio “*ethos*” jornalístico é determinante na elaboração de mitos. (TRAQUINA, 2005, p. 51).

Porém, nestes tempos de Internet e conhecimento compartilhado, o que se percebe é justamente uma quebra desta “capacidade secreta”, principalmente na prática do jornalismo cidadão. Nesse ponto de ruptura e revisão de competências, reside o leitor-repórter, um indivíduo que não detém o chamado “conhecimento sagrado”, através de formação clássica da academia e, claro, do próprio mercado.

Ao tratar sobre a importância do código de ética para a profissão – com o qual se espera estimular princípios básicos, coibir excessos e elevar a correspondência dos valores que traçam o perfil do jornalista, Christofolletti (2005) comenta que as entidades de classe e a academia, principalmente, constituem os ambientes que reiteram e promovem a manutenção e a proteção desses códigos e valores exclusivos.

As primeiras são sindicatos e organizações associativas que reúnem os profissionais tendo como frente demandas relativas ao trabalho. Assim, estas entidades de classe não atuam apenas nas esferas de defesa de direitos e interesses de jornalistas, mas também promovem ações de reforço aos valores que dão o perfil identitário da profissão. Não é à toa que, historicamente, códigos de ética surjam a partir das discussões que essas entidades lideram e estimulam. (Id. *Ibid.*, p. 220).

Tão importante quanto destacar a importância da valorização ética, é apontar para as universidades que ensinam jornalismo para elevar as condições de profissionalidade com que as informações são produzidas. É dentro das universidades que os profissionais encontram a possibilidade de conhecer a história da profissão, debater os prós e contras da atividade e experimentar as diferentes técnicas que embasam o exercício da profissão, em diferentes suportes, estilos e formatos.

A formação acadêmica busca consolidar a transmissão de conhecimentos que norteiam a técnica. Mas é bem mais do que isso, como lembra Baldessar e Christofolletti (2005). Trata-se de um espaço onde o futuro jornalista é instigado a refletir sobre o seu papel na sociedade enquanto um agente formador de opinião. Um profissional que une, em um mesmo trabalho, a busca pela excelência técnica aliada à vivência intelectual, passando por disciplinas como: Filosofia, Sociologia, Teoria da Comunicação e Teoria do Jornalismo, História do Jornalismo, Ética e Legislação, entre outras tantas.

Será desafiado a se distanciar de valores pessoais em busca da isenção, abandonando preconceitos e opiniões – no caso do jornalismo informativo –, em busca de pluralismo, independência e equilíbrio, ideais que, juntos, formam uma espécie de senso de justiça intrínseco ao jornalista. E isso, conforme autores como Bohére (1994) e Marques de Melo (1991), é aprendido na academia.

No ambiente acadêmico, o ensino propicia a repetição e a transmissão desses valores deontológicos às próximas gerações de jornalistas. A pesquisa científica e a produção de conhecimento ajudam a repensar as práticas do mercado, confrontando-as com os valores já cristalizados. Esse embate gera uma atmosfera de crítica e autocrítica que nem sempre é bem recebida pelos profissionais desconectados das universidades, que passam a considerar que existe uma distância intransponível entre a teoria e a prática, entre o cotidiano concreto e o ideário das escolas. De qualquer modo, percebe-se que a academia e a organização classista são os nichos mais estruturados de discussão da ética profissional e onde se vê com mais transparência essa preocupação. Grande parte da produção intelectual sobre ética jornalística vem da academia. E isso se observa nas estantes e nas novas gerações que passam a ocupar mais espaços nas redações. (CHRISTOFOLETTI, 2005, p. 228).

As considerações em torno da formação acadêmica se tornam ainda mais vigentes em busca de profissionalidade na Sociedade da Informação diante do cenário brasileiro atual. Desde 2009, não é mais exigido legalmente o diploma de graduação⁴ para o exercício da profissão de jornalista. Decisão, que, a propósito, é discutida e ampliada no capítulo destinado a destacar as novas fronteiras da profissão, sua regulamentação, estatuto e compartilhamento de competências junto aos públicos.

Uma nova realidade que, dentro e fora da academia, ainda suscita muita polêmica, mas que, aparentemente, não apresentou repercussões significantes no mercado de trabalho, como se temia. A grande maioria das empresas de comunicação no Brasil segue reconhecendo profissionais que têm formação acadêmica completa para o exercício das funções de redação, nos cargos de repórteres e editores. Em defesa de uma formação condizente com o que o mercado e a sociedade devem esperar, Marques de Melo (2009) reforça:

Sem passar pelos bancos da universidade, é difícil avançar na carreira. É preciso estudar a história do jornalismo, a teoria, os processos jornalísticos, além de ciências humanas e sociais, para adquirir uma bagagem fundamental para o exercício da profissão. As oportunidades não são como antigamente, quando havia chance de penetrar nas redações sem ser formado. Se hoje já é difícil com diploma e conhecimento, imagine sem nada. (Id. Ibid., s/p).

Destacando diferenças elementares que afastam público e jornalista – este aqui citado como aquele que ocupa cargo em empresas de comunicação –, cabe ainda lembrar que o profissional que se dedica à prática do exercício do jornalismo, está intimamente ligado a uma rotina produtiva, onde regras de trabalho delimitam o cumprimento de jornadas, horários, remuneração e uma série de direitos e deveres específicos. Realidade que, no caso dos leitores-repórteres, não existe.

Ao exemplo do que é registrado em coberturas de fatos de grande repercussão, como tragédias, acidentes e eventos climáticos, o leitor-repórter atua, na maioria dos casos, conforme as circunstâncias, de maneira voluntária, ao acaso, de surpresa ao flagrante do fato em desenvolvimento, ou seja, “no lugar certo e na hora certa”.

⁴ Em 17 de junho de 2009, os ministros do Supremo Tribunal Federal (STF) votaram pela extinção da obrigatoriedade da exigência do diploma de jornalismo para o exercício da profissão. O tribunal aceitou Recurso Extraordinário, interposto pelo Sindicato das Empresas de Rádio e Televisão do Estado de São Paulo (SERTESP), que alegou inconstitucionalidade à exigência do diploma. A justificativa foi que esta condição iria de encontro ao direito constitucional que garante a qualquer brasileiro a sua livre expressão. Comparando jornalistas a cozinheiros, que também não precisam ter diploma de nível superior para realizar atividades, o então ministro-relator e presidente do STF, Gilmar Mendes, virou o símbolo de uma luta que não terminou.

Portanto, ainda não estabelece uma regularidade de participação e produção, condições inerentes à periodicidade e à função do jornalismo, que deve ser renovada a todo instante, como compromisso cotidiano, em busca da construção da democracia e cidadania. (AMARAL, 1997; DINES, 2009; KOVACK; ROSENSTIEL, 2004, TRAQUINA, 2005).

Essa é uma das discussões que essa dissertação levanta, em busca de considerações sobre como estes dois mundos/polos – o dos jornalistas e dos leitores-repórteres (compreendidos como amadores) – podem conviver sem que nem um nem o outro cerceiem as possibilidades de comunicação conquistadas por ambos. E que assegure um território de conversa, mas com garantias que sustentem a existência dos dois.

É importante constatar, desde já, que o conflito está posto – uma vez que o território sempre ocupado por jornalistas passa a ser dividido com o público. Portanto, é necessário, agora, localizar pontos de cruzamento que conduzam a um equilíbrio nessa nova relação, ao que tudo indica, irreversível.

Assim, é possível pensar que o público teria maiores chances de alcançar os meios de comunicação com mais eficiência, ampliando possibilidades de expressão, debate e participação, objeto desta pesquisa. No caso dos jornalistas, a expectativa é que eles possam ter suas atividades e tarefas reafirmadas e solidificadas, embora muitas delas passem por profundas transformações no campo da técnica, legitimidade e ética na medida em que os públicos assumem posição ativa no processo de produção das notícias, em diferentes âmbitos.

Talvez resida aí, nestas reacomodações e na aceitação de ajustes inevitáveis à profissão e à ampliação do diálogo com o público, o ponto nevrálgico sobre a discussão do jornalismo cidadão. Essa é mais uma problematização trazida à tona por esta dissertação.

1.2 OBJETIVOS

Objetivo Geral

Identificar as características que o jornalismo cidadão apresenta dentro do jornal impresso no âmbito do Grupo RBS e como a participação do público é avaliada pelos jornalistas profissionais.

Objetivos específicos

- a) Conhecer as vantagens e as dificuldades que os jornalistas vivenciam ao lidar com o conteúdo produzido pela audiência.
- b) Identificar as adaptações e filtros que o conteúdo produzido pelos leitores sofre até ser publicado: é conferido, contextualizado e editado.
- c) Categorizar os principais tipos e temas de conteúdos gerados pelo público.

1.3 METODOLOGIA

A pesquisa realiza uma investigação de caráter exploratório (GIL, 1999; TRIVIÑOS, 1987) e qualitativo a partir da análise das produções encontradas nas páginas dos quatro jornais impressos do Grupo RBS em Santa Catarina, respectivamente: Hora de Santa Catarina, A Notícia, Diário Catarinense e Jornal de Santa Catarina. A ordem foi estabelecida após sorteio aleatório.

A partir da ordenação dos jornais, foram analisados textos presentes na pauta do dia, em cadernos e suplementos e em colunas, incluindo fotos, selos e elementos gráficos externos às narrativas textuais. A amostragem, recortada dentro da semana composta (MINAYO, 1993; LAKATOS; MARCONI, 2007), totalizou um *corpus* de 27 edições – em semanas subsequentes completas e ininterruptas de circulação, entre os dias 28 de agosto a 25 de setembro de 2011.

Além dessas, são apresentadas outras produções individuais externas ao mês investigado – apontadas por jornalistas no decorrer das entrevistas. A razão de trazer esses exemplos está no fato de que simbolizam colaborações particulares dos leitores e, ainda, contribuem para demonstrar os espaços, os limites, os formatos e o tipo de produção amadora.

A decisão pela pesquisa exploratória foi tomada porque permite ao investigador demonstrar o acontecimento de um determinado fenômeno e descrever como essa realidade confronta e reescreve conceitos, com o intuito de formular problemáticas e hipóteses a serem consideradas em estudos posteriores.

Neste trabalho, a questão central está colocada sobre as seguintes questões: como, onde, com que características jornalísticas (ou não) e possíveis tipologias a produção amadora é publicada em meio à produção tradicional dos jornalistas. Além dessas, de que maneira a

presença do leitor-repórter/colaborador somada à produção amadora são absorvidas entre os jornalistas.

A pesquisa realizou levantamento bibliográfico, revisão de literatura, pesquisa em banco de dados, levantamento panorâmico de exemplos adotados por jornais e publicação independentes, análise categorial das produções amadoras por amostragem de cada jornal e entrevistas semiabertas com jornalistas de todos os jornais. Trata-se, portanto, de uma pesquisa que discute práticas e análise de exemplos que estimulem a compreensão de um fenômeno em andamento.

Conforme Gil (1999), nesse tipo de método, o pesquisador busca desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias para a formulação de novas abordagens. Dessa forma, o método visa a proporcionar um maior conhecimento para o pesquisador acerca do assunto, a fim de que esse possa despertar problemas mais precisos ou criar hipóteses que possam ser pesquisadas por estudos posteriores.

O objetivo de usar essas categorias está ligado à estratégia de organização do material amador em busca de categorizações e tipificações para compará-lo à produção profissional, uma vez que, se incorporado ao jornal, a tendência é que obedeça aos padrões editoriais, estilísticos e de formatos já existentes. Assim, as categorias servirão para enquadrar e evidenciar a presença e as características desse modelo de participação, muito embora as produções sofram, em maior ou menor grau, edição padrão dos editores.

O passo seguinte incluiu a execução entrevistas junto às equipes das quatro redações. Pretendeu-se conhecer como cada veículo percebe e absorve o jornalismo cidadão – e os diferentes níveis de participação do público – e de que maneira os jornalistas interpretam a participação dos leitores, seja no âmbito da qualidade da informação jornalística quanto na análise do compartilhamento das competências da função de repórter.

Para isso, foram realizadas entrevistas semiestruturadas – que combinam perguntas abertas e fechadas, ou seja, previamente escritas e reelaboradas ao longo da entrevista, conforme as respostas do diálogo, algo bastante próximo de uma conversa informal (SELLTIZ et al, 1987), com os principais editores e repórteres que têm ligação direta com as contribuições dos leitores e, ainda, àqueles que gerenciam a política editorial deste tipo de conteúdo.

A pesquisa incluiu entrevistas presenciais com repórteres e editores das quatro redações, agendadas diretamente com os editores-chefes de cada jornal entre os meses de setembro e outubro de 2011. O pesquisador elaborou um roteiro de perguntas específico para

os jornalistas com o propósito de extrair informações quanto à rotinização do trabalho jornalístico durante as práticas de seleção.

Com isso, buscou-se compreender e revelar quais são os critérios de publicação e edição dos materiais enviados pelos leitores-repórteres e, do ponto de vista do *ethos* profissional, que percepções o jornalista tem a respeito da partilha de competências e quais impactos, vantagens e ameaças a produção amadora representa à sua profissionalidade.

A escolha dessa postura teve o propósito de compreender a tomada de decisões e os códigos/filtros que estão implícitos na escolha, apuração e seleção dos acontecimentos noticiáveis por parte dos jornalistas, assim como as possíveis alterações na cultura profissional provocadas pela ascensão do público à condição de produtor de conteúdo jornalístico.

1.3.1 Apresentação do objeto empírico

Fundado em 1957, o Grupo RBS é líder em comunicação para diferentes segmentos e plataformas no Sul do Brasil, na busca de um plano de negócios que dominasse o mercado da comunicação nos estados do Rio Grande do Sul e Santa Catarina.

Possui a maior rede regional de televisão do Brasil e é a afiliada mais antiga da Rede Globo (1969). Ao todo, são 18 emissoras localizadas no Rio Grande do Sul e Santa Catarina, totalizando cerca de 17 milhões de telespectadores em uma cobertura que atinge 790 municípios.

Segundo maior empregador de jornalistas do Brasil, com mais de 6 mil empregados, o grupo conta com 24 emissoras de rádio AM e FM, uma editora, uma empresa de *móvil* marketing e uma fundação social. No ambiente online, sua presença digital está em sete grandes portais, sendo o principal deles o ClicRBS, de notícias e entretenimento. Na mídia impressa, o grupo é responsável pela circulação de oito jornais, quatro com circulação no Rio Grande do Sul e quatro em Santa Catarina, os contemplados nessa pesquisa.

a) Diário Catarinense

Com 20 colunistas, o jornal tem importante história de pioneirismo em tecnologia. Criado em 1986, foi o primeiro impresso da América Latina a ter uma redação totalmente informatizada e inovou no estado catarinense ao trazer fotos coloridas em suas páginas. Líder em leitura na região, tem 13 cadernos e mais de 10 suplementos semanais.

Em 2009, passou por grande reforma gráfica, com maior valorização das cores e ousadia para explorar fotos recortadas. Circula sete dias na semana, com uma tiragem estimada diária de 42 mil exemplares, alcançando 56 mil exemplares aos domingos. Está presente em mais de 240 municípios e é, segundo o IVC (IVC, [200-]), o 25º maior jornal impresso do Brasil.

b) Jornal de Santa Catarina

Sediado em Blumenau, abrange 65 municípios da Região do Vale do Itajaí catarinense, onde se concentra um terço da produção econômica do Estado. Circula desde 1971, mas só passou a integrar o Grupo RBS em 1992. Tem circulação de segunda a sábado com tiragem média de 19 mil exemplares. Oferece aos leitores suplementos e cadernos especiais, com mais de 15 temas.

c) A Notícia

Fundado em 1923, o jornal é o 46º maior periódico do Brasil, segundo o IVC (Id. Ibid.). Com tiragem média de 24 mil, hoje circula em 81% dos municípios catarinenses e até o ano de 2008 foi impresso no formato standard, em Joinville, onde funciona a redação. É líder em leitura nas regiões norte e nordeste do Estado. O jornal foi comprado pelo Grupo RBS em agosto de 2006. Tem edições de segunda a domingo.

d) Hora Santa Catarina

Seguindo o modelo de tabloide popular adotado pelo Diário Gaúcho, com foco na prestação de serviço e promoções, o jornal passou a circular na Grande Florianópolis em 2006. Hoje, tem tiragem média de 28 mil e está na posição 37 no ranking do IVC (Id. Ibid.) que mede a circulação paga de jornais no Brasil. Traz cobertura sobre a vida de pessoas famosas, noticiário sobre o futebol regional e matérias de orientação para emprego e economia.

1.3.2 Técnicas de coleta de dados e análise

A investigação mapeia textos e fotos, selos e demais marcas que identifiquem a participação dos leitores na capa e contracapa, demais editoriais, suplementos, cadernos e colunas, ao longo de uma semana completa de cada periódico.

O plano metodológico inclui o mapeamento das unidades textos que contenham as informações explícitas sobre a produção dos leitores-repórteres, conforme a análise categorial pré-definida e escolhida pelo pesquisador como inerentes ao jornalismo tradicional, envolvendo matrizes de análise que procuram identificar autoria, fontes, natureza das pautas, foco narrativo, gênero e relevância informativa.

Com o mapeamento realizado, foi feita classificação das produções, com base nos seguintes enquadramentos jornalísticos que envolvem a seleção e a produção de notícias:

Pluralidade de fontes (uma ou mais fontes)

Um dos pilares da base do trabalho jornalístico é o uso de fontes de informações para trazer legitimidade e credibilidade ao que é informado (ALSINA, 2009; LAGE, 2001; VIZEU, 2003) por meio de testemunhos, declarações e entrevistas. Segundo o Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (2007), o profissional deve consultar o maior número de fontes possíveis para confrontar versões e apresentar uma descrição precisa e previamente verificada dos fatos.

O jornalista deve, portanto,

ouvir sempre, antes da divulgação dos fatos, o maior número de pessoas e instituições envolvidas em uma cobertura jornalística, principalmente aquelas que são objeto de acusações não suficientemente demonstradas ou verificadas.. (Id. Ibid., p. 3).

Impessoalidade no discurso

Na tentativa de categorizar um padrão estilístico para o que é noticiado pelos leitores-repórteres, verifica-se a presença ou não do uso dos verbos conjugados em 1ª e 3ª pessoa. Entende-se como já consagrada a particularidade de as notícias nos jornais obedecerem ao que se nomeia de impessoalidade no discurso jornalístico, onde um narrador afastado do fato o relata com o distanciamento de um observador, um narrador oculto, segundo Lage (2001).

Atualidade

De acordo com Traquina (2005), as notícias no jornal têm, como regra, a narração de temas ligados à atualidade, à cobertura dos acontecimentos e à antecipação daquilo que está posto na agenda da sociedade como fato passível de receber tratamento jornalístico. Lage (2001, p. 95) lembra que as notícias atendem a um quesito antropológico da humanidade, na qual o homem “se interessa principalmente pelos fatos mais próximos no tempo”.

Interesse público

Procura-se, com essa categoria, identificar narrativas feitas por leitores que indiquem sua motivação em produzir e/ou informar sobre determinado tema, evidenciando se suas produções se encaixariam em uma das principais funções do jornalismo: informação relevante para grupos, comunidades e sociedades. Informação relevante “às pessoas para que sejam livres e capazes de se autogovernar [no intuito de que] o jornalismo deva abrir espaço para a crítica e o compromisso público”. (KOVACK; ROSENTIEL, 2004, p.23).

Gênero

O gênero informativo, essencialmente, trata da narrativa de fatos e acontecimentos com isenção, independência e informação pura, por meio de dados, livre de juízo de valor, opinião do autor e julgamento. De acordo com Chaparro (1998), seu objeto é a notícia atual, tendo a narrativa centralizada no relato do acontecimento e sua progressão. Já o jornalismo opinativo aparece na forma de notas, artigos e editoriais onde está expressa a defesa de um ponto de vista, muitas vezes em uma narrativa embalada por adjetivos, superlativos e afirmações/condenações explícitas. (MARQUES DE MELO, 2003).

Hard news

Classificadas por Tuchman (1978), as notícias *hard* são aquelas que têm, em sua essência, a função de estimular o debate público social, com forte apelo informativo. Engloba temas mais “duros” e de maior abrangência, relevância e interesse público, como saúde, política, cidadania, infraestrutura, segurança e economia. Seu estilo exige uma redação objetiva, direta e curta.

Soft news

Com foco no aspecto humano e no entretenimento, as notícias classificadas por Tuchmann (1978) como *soft*, tendem a explorar temas mais “leves”, curiosidade e até diversão, levando em conta cobertura sobre a vida das celebridades, esporte, dicas sobre culinária, beleza, moda e atividades sociais. A função desse tipo de jornalismo, em crescente ascensão em todo mundo, está em entreter o leitor do que propriamente informá-lo e chamá-lo à crítica.

2 TRAJETÓRIA DO JORNALISMO CIDADÃO

Pesquisadores de comunicação, blogueiros, escritores e até mesmo jornalistas profissionais – do lado mais entusiasta – têm concordado que, finalmente, o cidadão comum tem nas mãos, nessa era digital, o poder também de ser mídia. A revolução dos meios de comunicação digitais, puxada pelas possibilidades que a Internet trouxe, conduziu o consumidor de informação ao status de um produtor de conteúdo, operando de forma independente ou como ajudante dos meios de comunicação de massa.

É notório que, atualmente, este consumidor de informação – chamado de receptor “passivo” no passado recente – não apenas colabora com a mídia tradicional, mas também a coloca em confronto, em crítica, e exige dela mais rigor, equilíbrio e isenção. Esses são valores comuns ao bom jornalismo, mas muitas vezes são colocados em xeque em função de coberturas desastrosas, à pauta morna, homogênea, saturada e “presa” aos interesses e à ideologia dos donos de empresas.

Em maior ou menos grau, o público experimenta uma nova relação tanto com as mídias quanto com o próprio público, com as pessoas com quem divide gostos, planos, ideias e ambições. O usuário da Internet, que até o final da década de 90 acessava sites com o propósito de entretenimento, ao receber informações, virou produtor de conteúdo dentro do conceito da Web 2.0, que pressupõe autoria, participação, autonomia e distribuição de conteúdo.

Agora, o público assume o papel de agente que escreve, edita, publica, recomenda, influencia e engaja outros internautas. Essa nova forma de relacionamento entre as pessoas – graças às facilidades de acesso à rede, com aumento da banda larga, e barateamento das Tecnologias de Comunicação e Informação (TIC's), fez com que se alterassem as práticas sociais, mudasse a mídia e a maneira como os antigos receptores agora fazem uso da informação jornalística.

Dentro dos jornais impressos, por exemplo, até 1990, era comum encontrarmos a participação dos leitores em espaços como “Cartas do Leitor” e em editorias do tipo “Opinião”, destinadas a publicar artigos e crônicas do público. Mas, ao abrirmos as páginas dos jornais hoje em dia, encontramos novas “marcas do leitor”, em diferentes segmentos ao longo das seções e editorias.

Nesta pesquisa, opta-se por usar a nomenclatura “jornalismo cidadão” devido ao fato dessa expressão já ter sido incorporada pela mídia e público participante, além, é claro, de corresponder, conforme a maioria das publicações científicas pesquisadas, à prática de jornalismo por pessoas sem formação exclusiva (TARGINO, 2008).

O termo abrange casos em que cidadãos sem formação jornalística passam a agir como repórteres, produzindo e distribuindo notícias em diferentes plataformas de comunicação, sejam canais independentes e pessoais, como blogs, ou como colaboradores de portais de jornalismo ou jornais, online ou impressos.

Embora tenha surgido como uma forma independente de divulgar notícias do público para o público, o jornalismo cidadão acabou sendo adotado por muitas das empresas de comunicação em países com as mais diferentes características socioculturais e econômicas, como se verá a seguir.

A presença do público aparece não só em plataformas digitais – que pressupõem maior interatividade e diálogo instantâneo –, mas, também, nas páginas dos jornais impressos, assim como na televisão. Neste caso, isso pode ser comprovado quando, por exemplo, assistimos a um vídeo ou à reprodução de um determinado feito sob a identificação de um cinegrafista amador.

Enquanto existe o debate dentro das redações e na comunidade acadêmica acerca da produção noticiosa do público, ou seja, se ela tem traços, especificidades e validade jornalística – uma vez que é feita por não-jornalistas – nota-se que o leitor-repórter⁵ aparece legitimado como um colaborador reconhecido junto aos veículos. É valorizado, muitas vezes identificado e estimulado a participar em pequenos textos e espaços específicos dentro de sites e portais, apesar de ser submetido a filtros e sanções pertinentes aos valores e à rotina profissional das redações.

Essa atuação do público ocorre mais frequentemente por meio dos veículos eletrônicos. Isso é compreensível na medida em que a Internet diz respeito à interatividade e instantaneidade em sua essência. Bastam alguns “cliques” para que o usuário comente uma notícia ou envie uma sugestão de pauta. Porém, não se pode ignorar que os veículos impressos, pouco a pouco e cada um a sua maneira, também passam a trazer, em suas páginas, a publicação de leitores-repórteres, geralmente como um complemento à produção feita pela redação.

Diversas empresas de comunicação, como o Grupo RBS, abriram espaços específicos a essas contribuições e utilizaram-nas para complementar o noticiário tradicional produzido pelos jornais. Lado a lado, com reportagens escritas por repórteres, percebe-se a presença do

⁵ É o produtor de conteúdo jornalístico que não é jornalista. Porém, assume tarefas do profissional, ao coletar, processar e publicar informações de caráter noticioso. Ativo e influente, esse público consumidor, hoje agente do jornalismo

leitor, seja através de um selo indicando que o assunto foi proposto por ele ou em um comentário publicado junto a uma suíte.

Porém, essa aproximação entre leitor e jornalista é conflitante e polêmica. Levantam-se questões do ponto de vista do público, como a competência do leitor para tratar de temas específicos, a isenção, o discurso empregado, a democratização da informação e a cidadania.

E, de outro lado, cria-se uma tumultuada revisão de papéis, um redesenho da definição da cultura dos jornalistas e suas funções, novos princípios seguidos na seleção e edição de notícias e respostas imprecisas sobre o que realmente se quer, trazendo o leitor para o processo de construção do produto jornalístico.

Diante desse cenário, torna-se importante refletir acerca das vantagens e benefícios, regras e fundamentos que regem o jornalismo cidadão; das transformações e das adaptações exigidas pelos veículos para trabalharem com as colaborações do público. A dissertação concentra esforços na análise da presença desse leitor atuante em quatro jornais impressos do Grupo RBS, o maior conglomerado de mídia da região Sul do Brasil.

Embora se saiba que os jornais sempre tiveram espaço para publicar o que o leitor tinha a dizer, seja por meio de cartas e/ou artigos, é consenso que a interação e o compartilhamento de informações entre o cidadão comum (o leitor) e os jornalistas e a redação, na atualidade, atinge intensidade inédita na história, movimento que provoca a revisão de papéis antes estabelecidos de forma consolidada e inquestionável.

Nesse sentido, conforme Bowman e Willis (2003), a profissão de jornalista realmente não está apenas transformada pela necessidade de domínio das novas tecnologias, mas, principalmente, pelo público consumidor de informação que provoca a mídia.

Atualmente, o cidadão tem ao alcance ferramentas e equipamentos, portáteis e fáceis de usar, que os colocam em uma posição de atividade na criação e distribuição de informações, comportamento que gera impacto direto nas rotinas produtivas dos jornais e, conseqüentemente, na qualidade, amplitude e variedade da informação jornalística. (BRAMBILLA, 2005).

Diferentes vozes podem atravessar a notícia, por uma série de fatores em evolução: a popularização das Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's), a queda no preço de computadores e conexões à Internet, espírito de interação de época – que busca fugir da informação atrelada à leitura dos meios de comunicação de massa –, valorização da cidadania, apelo ao discurso libertário e o desejo de livre expressão.

A insatisfação com a qualidade do jornalismo entre a audiência — e entre os próprios jornalistas — não é novidade. Ativistas à direita e à esquerda tradicionalmente denunciam a suposta parcialidade e comprometimento da mídia com interesses comerciais. Leitores especialistas em determinado campo, por outro lado, irritam-se com as imprecisões ou erros flagrantes contidos em reportagens. Até agora, estes grupos tinham apenas o instrumento das cartas, telefones ou publicações caseiras para expressar suas opiniões ou publicar matérias como pensam que estas devam ser. Hoje, podem empreender esforços individuais ou coletivos para produzir suas próprias informações. (PRIMO; TRÄSEL, 2006, p. 5).

Como se percebe, a existência do jornalismo cidadão está intimamente ligada à evolução das Tecnologias da Informação e Comunicação (TICs) e, como consequência delas, a uma reviravolta na distribuição do conhecimento. O produtor de conteúdo na Internet, principalmente, pode ser qualquer pessoa que domine técnicas básicas de navegação e saiba operar um computador e que esteja imbuído de um espírito de colaboração, algo que as TICs despertam cada vez mais na sociedade sem distâncias. (CASTELLS, 2004).

Mas isso, obviamente, não garante que o conteúdo sob o pseudônimo de “jornalístico”, produzido por não-jornalistas terá veracidade, verificação, parcialidade, equilíbrio e atualidade – funções inerentes ao bom jornalismo, como defende Traquina (2004). Mais do que isso. Não pressupõe, muito menos, que esse conteúdo cumpra com um dos principais objetivos do jornalismo: o interesse público. Reside aí, a grande discussão do jornalismo cidadão, como expressam Bertrand Pecquerie, diretor do Fórum Mundial de Editores com sede em Paris, e Larry Kilman, diretor de comunicações da Associação Mundial de Jornais, entidades que, juntas, são porta-vozes de jornais localizados em mais de 100 países.

De acordo com esses representantes, a mídia mundial está de olhos bem abertos em torno do rumo que o jornalismo cidadão parece tomar. E os grandes jornais e veículos de comunicação já enxergam essa participação do público como essencial, algo irreversível. Mas é preciso cautela na dose, segundo Pecquerie (2007), principalmente quanto à verificação e confiabilidade das informações geradas.

Como o próprio público suspeita da fidedignidade das narrativas elaboradas pelos jornalistas-cidadãos, uma das saídas propostas para a questão seria atribuir aos repórteres-cidadãos a função de produtores de conteúdo complementar ao jornalismo tradicional. Assim, dizem os representantes, os jornalistas profissionais têm sua profissão assegurada, ao mesmo tempo em que recebem colaboração de leitores que estão por todo lugar e que, de alguma forma, poderão ajudar.

Praticado desta forma, o jornalismo cidadão ampliaria o raio de cobertura dos veículos de comunicação, trazendo para dentro do escopo de temas debatidos diariamente pela redação

um número muito maior de assuntos, versões, relatos e flagrantes que ajudariam a própria comunicação a fornecer uma narrativa mais abrangente e democrática em torno dos acontecimentos midiáticos (BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark, 2001).

Atualmente, contudo, a denominação "jornalismo cidadão" está desaparecendo cada vez mais para ser substituída por uma noção mais ampla de conteúdo produzido pelo usuário. Não há mais referência a "jornalismo", profissão especializada com um conjunto ímpar de normas e ética, diferente das regras dos blogueiros, que não são mais jornalistas competindo, porém produtores de conteúdo complementar. O termo "produzido pelo usuário" também transmite a noção de cidadãos e participação cívica. O conteúdo pode ser produzido tanto por consumidores e leitores quanto por comentaristas, mas é necessário que haja editores profissionais para transformá-lo em "jornalismo". (PECQUERIE; KILMAN, 2007, p. 11).

Pecquerie e Kilman (2007) listam alguns acontecimentos e coberturas que foram "transformados" e influenciados em sua apresentação, graças à colaboração do público, em vários países onde as organizações que eles representam acompanham o conteúdo, tendências de mídia e audiência. A seguir, alguns casos, segundo os autores, ajudam a ilustrar o lugar da participação do público dentro das mídias tradicionais:

- 1) Durante o ataque feito por um aluno armado na Universidade Politécnica de Virgínia (Virginia Tech), nos Estados Unidos, as principais emissoras, inclusive a CNN, com frequência abriam os programas de rádio e televisão diretamente para blogs de alunos e outros relatos de testemunhas oculares, produzindo uma rapidez na cobertura que seria impensável por meio de outras fontes.
- 2) Cada vez mais blogueiros são convidados a sentar-se em lugares reservados à mídia em uma variedade de eventos relacionados com notícias. Cerca de 10% das pessoas na lista da imprensa para a Semana de Moda de Nova York de 2009 eram blogueiros.
- 3) O criador do *reality show Big Brother*, Endemol, começou a apresentar diariamente na Holanda noticiários para a TV com material gerado por usuários. Os cidadãos-repórteres apresentam vídeos de notícias compilados no noticiário IK OP TV (Eu na TV).
- 4) Em Pune, Índia, o Grupo Sakaal de jornais criou um "suplemento do cidadão" semanal inteiramente escrito por leitores. "As pessoas querem notícias positivas e coisas positivas para ler," disse o subeditor, Deendayal Vaidya. "Elas já estão presas à própria vida e às crises. Querem ser encorajadas", reiterou. Quase mil leitores, a maioria dos quais nunca publicou antes, escreveram para o suplemento.
- 5) O influente diário francês *Le Monde* está fornecendo blogues para seus assinantes. Entre outras coisas, o jornal incentiva os leitores a manter diários eletrônicos sobre suas viagens, o melhor dos quais pode ser acessado por meio das páginas de viagens do site do jornal.
- 6) No Chile, o tablóide nacional *Las Ultimas Noticias* (As Últimas Notícias) teve um crescimento de 30% em sua circulação depois que os editores começaram a verificar quais histórias eram as mais lidas em seu site e em seguida usavam a informação, parcialmente, para determinar que matérias

seriam impressas. Embora isso não seja conteúdo produzido pelo usuário, mostra como os usuários influenciam cada vez mais as escolhas editoriais da mídia sobre o conteúdo. (Id. Ibid., p. 65).

A lista ajuda a ilustrar um cenário midiático em transformação, mundialmente, impactado pela presença do jornalismo cidadão. É notório que o contexto social de cada nação, os traços culturais e as possibilidades tecnológicas acessíveis são determinantes para que cada veículo ou projeto se consolide, seja amparado pelas empresas de comunicação ou gerido pelos próprios produtores de conteúdo.

2.1 MODELOS

Por ter pouco mais de 15 anos e ter suscitado pesquisas muito recentes, o modelo do jornalismo cidadão ainda requer adaptações, que variam de veículo para veículo, de país para país e, principalmente, pesquisa sobre sua eficácia, tanto como forma de ampliação da cidadania do público quanto à importância ou até mesmo irrelevância dentro da produção profissional.

Seu ajuste e reflexão devem atingir tanto quem produz conteúdo quanto quem tem a competência profissional para avaliá-lo e conduzi-lo à massa, quando essas contribuições são destinadas ao complemento ou “gancho” da pauta da mídia tradicional. Uma das principais características do jornalismo é a tecnologia digital e a Internet, muito embora conteúdos como textos e fotos sejam reproduzidos em meios analógicos/físicos, como o jornal impresso. Por meio delas, o consumidor de informação agora passa a também ser um produtor e distribuidor de conteúdo jornalístico, flagrando fatos, escrevendo sobre eles e divulgando sua produção, através de canais independentes, como blogs e páginas pessoais, ou mesmo dentro de jornais tradicionais, impressos ou online, e nas redes de televisão.

Pesquisador, jornalista e professor, Carlos Castilho sinaliza essa mudança como uma revolução em andamento. No prefácio da versão em português do livro *Jornalismo 2.0: Como sobreviver e prosperar*, de Mark Briggs, Castilho (2007) sublinha que a digitalização do jornalismo já é uma realidade presente e consolidada, tornando cada vez mais possível e latente a integração dos consumidores de informação aos processos produção e difusão das notícias. “A parceria entre público e jornalistas mal está saindo da teoria para entrar na prática. É ela que vai marcar o cotidiano dos novos profissionais da comunicação, cuja educação já feita quase que integralmente com a ajuda do computador”; (s/p). E vai adiante, ao observar que a nova lógica do trabalho do jornalista está na presença e participação do cidadão comum

junto às mídias, em um jogo de conversas e partilha de dados e conteúdo.

É uma conversa muito especial, porque ela (a lógica) terá de, inicialmente, desmontar desconfianças e preconceitos passados entre quem publica e quem consome informação, o que por si só já é uma tarefa complicadíssima. O desdobramento imediato é o desenvolvimento dos novos valores que vão comandar a relação entre os *prosumers* (jargão inglês para a fusão de produtores e consumidores de informação). Mais uma vez, o jornalismo 2.0, dentro do qual está o que alguns chamam de jornalismo cidadão, é pedra fundamental deste processo, pois ele é o grande laboratório da mudança. (CASTILHO, 2007, p.9).

De acordo com Cardoso (2002), esse movimento passou a ser utilizado por eleitores americanos que criaram páginas na Internet para expressar suas opiniões e em protesto ao descontentamento do modo como foi feita a cobertura das eleições pela imprensa tradicional no final da década de 80, em oposição à maneira como as notícias foram produzidas pela mídia americana.

Menos de década depois, outro movimento impulsionou uma nova relação entre públicos e jornalistas nos Estados Unidos. No início dos anos 90, o jornalismo tradicional informativo passou a ser questionado não apenas pelas audiências, mas também pelos próprios repórteres, críticos de mídia e veículos. O modelo de narrativa distanciada dos fatos e a objetividade, marcas inerentes ao jornalismo contemporâneo, passaram a ser contestados. Foi quando um modelo chamado Jornalismo Público ganhou evidência, deixando de lado a defendida neutralidade jornalística.

Nele, as empresas de comunicação e os jornalistas adotavam causas em prol da comunidade, na tentativa de ganhar maior credibilidade e dialogar de maneira mais próxima com os públicos. “Os jornalistas públicos partem da premissa de que é necessário reanimar o debate público, pois a informação por si só não é suficiente. É necessário interpelar o cidadão para que ele participe” (COSTA, 2006, p.127).

A tentativa, na época, confrontava um perfil profissional que se consolidou em torno da prática e da identidade jornalística: a de que o cidadão jornalista deveria abdicar de toda sua bagagem cultural e valores pessoais para ter condições, então, de produzir de forma distanciada, sem envolvimento, o que, por força da tarefa, acabaria afastando-o do próprio ato de ampliar e exercer sua cidadania. Rosen (2003), que estudou o afastamento (ou distanciamento) dos jornalistas dos temas aos quais cobrem, evidenciava que nesta relação de isolamento, os riscos de se travar um diálogo ineficiente com as audiências tinha possibilidade de ser elevado.

O que Rosen define como conexões são todas as relações entre notícia e opiniões, fatos e valores, entre produto editorial e atividade como negócio, a imprensa e o sistema político, a crise ocupacional e a crise espiritual e, particularmente, a conexão primordial entre o jornalismo e o público. (COSTA, 2006, p. 129).

Anos mais tarde, em 2001, quando ocorreu o mais grave atentado terrorista da história americana, tradicionalmente lembrado como “11 de Setembro”, e aviões foram jogados contra o Pentágono e as torres gêmeas do World Trade Center, assistiu-se a uma incrível cobertura noticiosa cidadã jamais vista. Cidadãos que testemunharam o fato, passaram a compartilhá-lo na Internet, produzindo notícias que complementaram o trabalho da imprensa tradicional de forma intensa e inédita, ocupando, por algum tempo, o papel das empresas de comunicação. Naquele dia, a grande maioria dos portais e sites de jornais sofreu sucessivas quedas em suas páginas devido ao grande acesso.

Contudo, desta vez, estava a acontecer mais qualquer coisa, algo profundo: as notícias estavam a ser produzidas por pessoas comuns, que tinham pormenores a relatar e imagens para mostrar, e não apenas pelas agências de notícias <<oficiosas>> que, tradicionalmente, costumavam produzir a primeira versão da história. Desta vez, o primeiro esboço, estava a ser escrito, em parte, por aqueles a quem as notícias se destinavam. Uma situação tornada possível – era inevitável – pelas novas ferramentas de comunicação disponíveis na Internet. Por entre o pavor daquelas horas e dias, surgiu uma nova forma de relatar os acontecimentos. Através do email, das listas de correio electrónico, dos grupos de diálogo, dos jornais pessoais na Web – tudo fontes não habituais de notícias – conseguimos obter um conjunto de factos e circunstâncias que os grandes meios de comunicação americanos ou não queriam, ou não podia, fornecer. Estávamos a assistir, e em muitos casos como forma activa, ao futuro da comunicação. (GILLMOR, 2004, p.12).

Para o autor, nessa forma de fazer jornalismo, o usuário da Internet, o leitor de jornais – principais públicos geradores de colaborações – estão “autorizados” a também ser um jornalista ocasional, produzindo relatos, fotos, vídeos onde quer que estejam, com o objetivo de publicá-los em algum site noticioso, de carácter público ou privado, blogs ou outra comunidade que habite o ciberespaço ou as mídias tradicionais, como os jornais impressos.

A partir do ano de 2000, o conceito de produzir conteúdo jornalístico “amador” se propagou em todo o mundo, simultaneamente, com a ampliação dos recursos online disponíveis e com a popularização de ferramentas portáteis, como celulares, câmeras digitais e computadores. Em pouco tempo, as possibilidades de participações do público graças ao webjornalismo se multiplicaram e, em 2009, já se via cerca de 60 milhões de blogs ativos geridos por não-jornalistas.

Esse avanço tecnológico facilitou, também, as produções em vídeo, até pouco tempo restritas a especialistas. Com uma câmera simples, como uma *webcam*, os internautas são capazes de fazer pequenas produções e disponibilizá-las na Internet. O site *YouTube* (YOUTUBE, 2011), por exemplo, se tornou referência no compartilhamento de vídeos e filmes na Internet. Criado em fevereiro de 2005, o site já teria disponibilizado dezenas de milhões de vídeos produzidos por internautas de todo o mundo. Com seis anos completos, no dia 17 de maio de 2011, o canal atingiu 2,5 bilhões de visualizações por dia, segundo noticiou a imprensa brasileira.

Atentos ao fenômeno do jornalismo cidadão, a direção do *YouTube* criou, em novembro de 2009, uma espécie de subseção destinada apenas à geração de audiovisual jornalístico elaborado por pessoas comuns, com foco a atender não apenas os usuários, mas também para abastecer a pauta de canais de TV e de jornais impressos americanos, principalmente.



Figura 1 – YouTube DIRECT
Fonte: Google Code (2010).

No *YouTube DIRECT*, o produtor colaborativo preenche um cadastro, posta o vídeo e, além de divulgar um flagrante ou uma notícia para milhares de internautas, tem sua produção exposta em uma vitrine para a mídia tradicional, que pode, inclusive, fazer pedidos por determinados assuntos em busca de produções inéditas.

Segundo matéria da agência *Reuters*, publicada no Portal R7 da Record (RECORD, 2009-2011), todo o material, ao ser “capturado” pelas empresas de comunicação é verificado e

o produtor contatado para, eventualmente, informar mais dados sobre o acontecimento. Nesse caso, pelo menos no que se anuncia, não é oferecida recompensa pelo “furo jornalístico”. O jornalista-cidadão teria apenas o reconhecimento da grande imprensa ao oferecer seu conteúdo.

Steve Grove⁶, chefe de notícia e política do *YouTube*, explica que o projeto não tem propósito financeiro, e comenta que “quando um usuário do *YouTube* possui um vídeo que eles acreditam ser interessante para a imprensa, é mais fácil para os editores, produtores e jornalistas contatá-los”. (R7 NOTÍCIAS, 2009).

Na largada do *YouTube Direct* (GOOGLE CODE, 2010), jornais online, como o *Huffington Post*, notórios por trabalhar interação e participação do público na construção das notícias, passaram a usar a ferramenta em busca de colaboração às notícias geradas pela redação. Além dele, jornais norte-americanos, como *Tribune*, *Político*, *San Francisco Chronicle* e *The Washington Post* e emissoras de TV, como *ABC News* e a rede internacional *Aljazeera*, televisão líder nos Emirados Árabes, que se tornou um dos principais noticiários mundiais, com 35 escritórios/redações em todo o mundo, fizeram o mesmo.

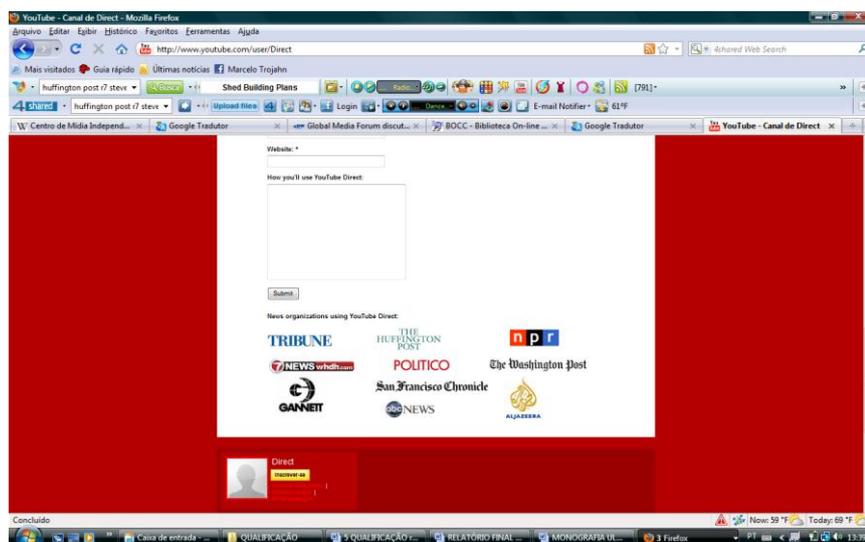


Figura 2 – Entidades parceiras do YouTube DIRECT
Fonte: Google Code (2010).

Outros exemplos, focados exclusivamente em jornalismo cidadão – com destaque a textos e fotos de acontecimentos jornalísticos –, podem ser conferidos em diversos países. No entanto, a iniciativa pioneira no mundo e de maior repercussão é o portal sul-coreano *OhmyNews*. (OHMYNEWS, 1999-2011).

⁶ <http://noticias.r7.com/tecnologia-e-ciencia/noticias/youtube-abre-canal-para-jornalismo-feito-por-usuarios-20091117.html>



Figura 3 - OhmyNews

Fonte: [OhmyNews](http://www.ohmynews.com) (1999-2011).

Com publicações exclusivamente feitas por não-jornalistas, a página chega a receber 250 colaborações por dia, que são avaliadas e editadas por uma equipe de mais de 50 jornalistas profissionais, responsável por organizar a produção de 40 mil repórteres-cidadãos, segundo o site *Jornalistas da Web*. (JORNALISTAS DA WEB, 2000-2011).

Em 2006, o *OhmyNews* ([OHMYNEWS](http://www.ohmynews.com), 1999-2011), agora internacional, recebeu uma injeção de 11 milhões de dólares para a ativação de um canal semelhante no Japão. E, ainda, ganhou uma versão em inglês, tornando-se a agência de comunicação colaborativa mais relevante no mercado e também para a pesquisa do jornalismo cidadão.

Alcançando até dois milhões de visitas diariamente, o projeto oferecia, até 2009, remuneração às colaborações dos repórteres-amadores, o que foi abolido devido às dificuldades financeiras da agência. Em todas as plataformas do *OhmyNews* (Id. Ibid.), a presença do jornalista profissional foi considerada fundamental para gerenciar o grande fluxo informativo.

São eles os responsáveis pela edição de todo material que é submetido pelos cidadãos-repórteres e pela produção das chamadas *hard news*, notícias que dão conta de pautas ligadas à política, sociedade e organizações não-governamentais. Além destas editorias que formam o foco central do noticiário no *OhmyNews*, o espaço dedicado a reportagens sobre negócios, assuntos internacionais e cultura/entretenimento tem crescido bastante devido à participação dos leitores-repórteres. O formato do *site* permite a coexistência de conteúdo efetivamente noticioso ao lado de material opinativo e em primeira pessoa. Ter acesso a histórias de vida dos cidadãos-repórteres é algo extremamente valorizado dentro do *OhmyNews*, por isso possibilita ter acesso a pautas únicas que não circulam por agências de notícia e tampouco noutros noticiários da grande mídia. (BRAMBILLA, 2006, p.

111).

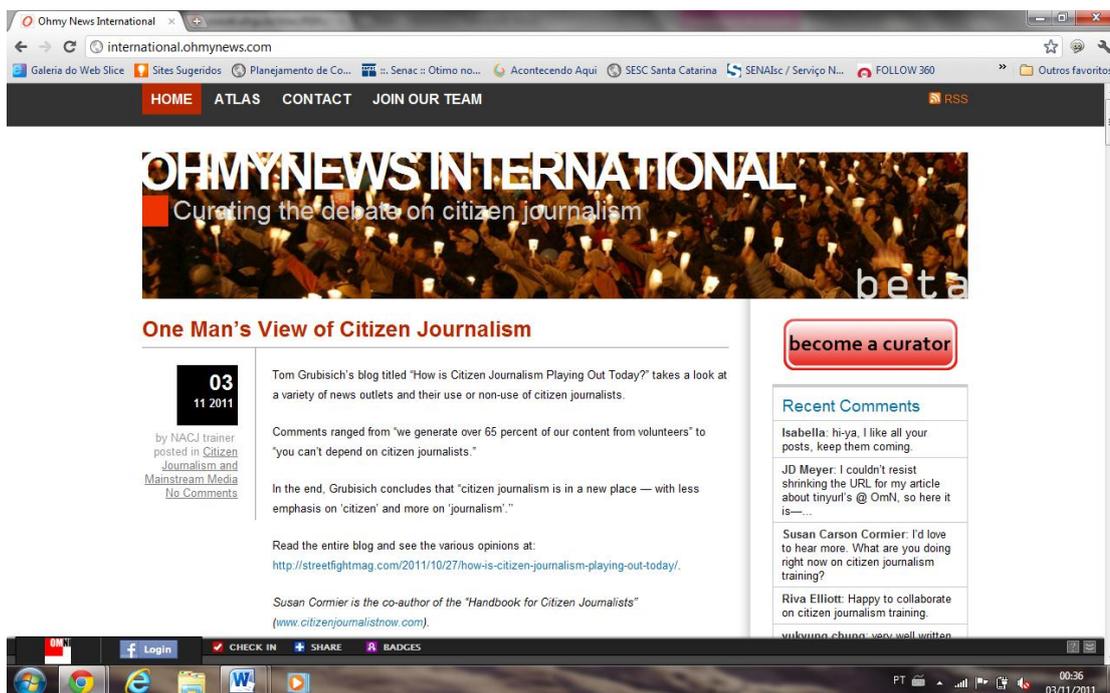


Figura 4 - Versão em inglesa do OhmyNews
Fonte: OhmyNews ([200-]).

Um dos destaques de colaboração jornalística aberta na Internet é o site produzido em parcerias com escolas de jornalismo da América Latina, denominado *Reporteros de América* (REPORTEROS DE AMERICA, 2011). Nele, estão materiais de repórteres-cidadãos da Colômbia, Equador, Peru, Chile e Argentina.

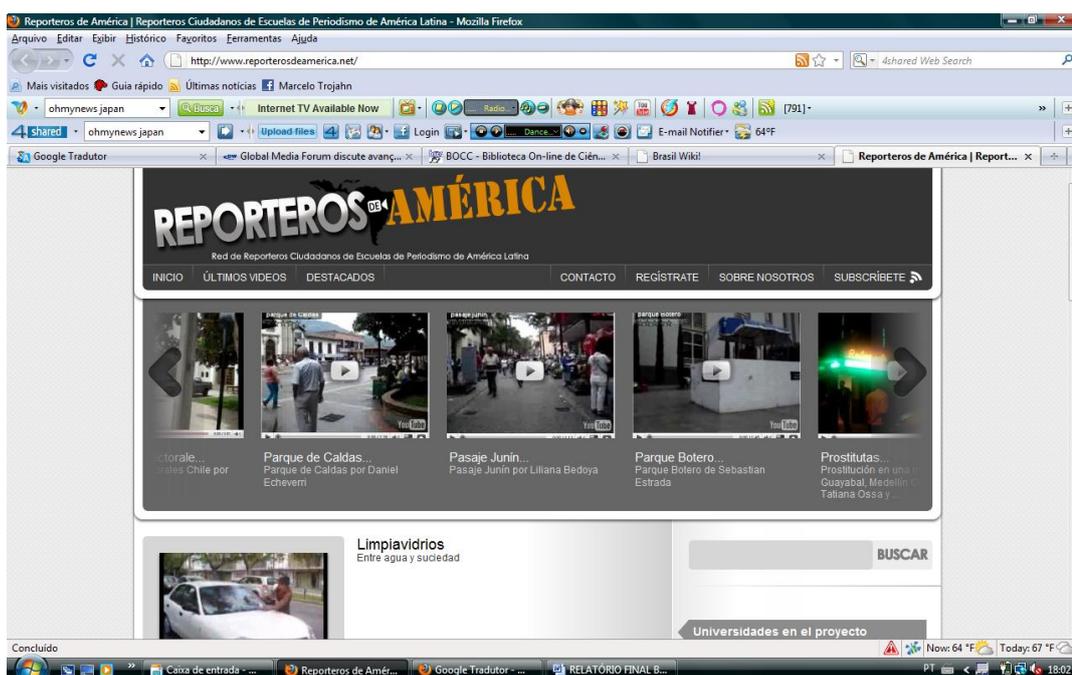


Figura 5 - Reporteros de América
 Fonte: Reporteros de América (2011).

A página disponibiliza vídeos produzidos por pessoas comuns que, com uma câmera ou um celular, produzem narrativas sobre suas cidades, mostrando um pouco da cultura, política e vida social. Gerenciado por um grupo de universidades e com conteúdo administrado pelos alunos dos cursos de jornalismo, o *Reporteros de América* se intitula como a Primeira Rede de Repórteres Cidadãos de Escolas de Jornalismo da América Latina.

Outro site, o maior de jornalismo cidadão da Espanha, chamado *Reportero Digital* (REPORTERO DIGITAL, 2000) congrega mais de 140 jornalistas amadores espalhados por todo o país. Com o slogan “Cada cidadão é um repórter em sua cidade”, o jornal digital publica textos de internautas, mas sob a seleção de 30 jornalistas profissionais, que têm a tarefa de analisar o material, hierarquizá-lo por editoriais, checá-lo e, ainda, editá-lo.

Através de uma página-mapa, é possível clicar cidade por cidade e ler as notícias locais, assim como acessar os assuntos de relevância estadual e nacional. Além de disponibilizar textos e fotos, o site fornece endereços de blogs dos jornalistas cidadãos mais lidos e também cria canais de troca de informação com outros sites da imprensa tradicional espanhola.

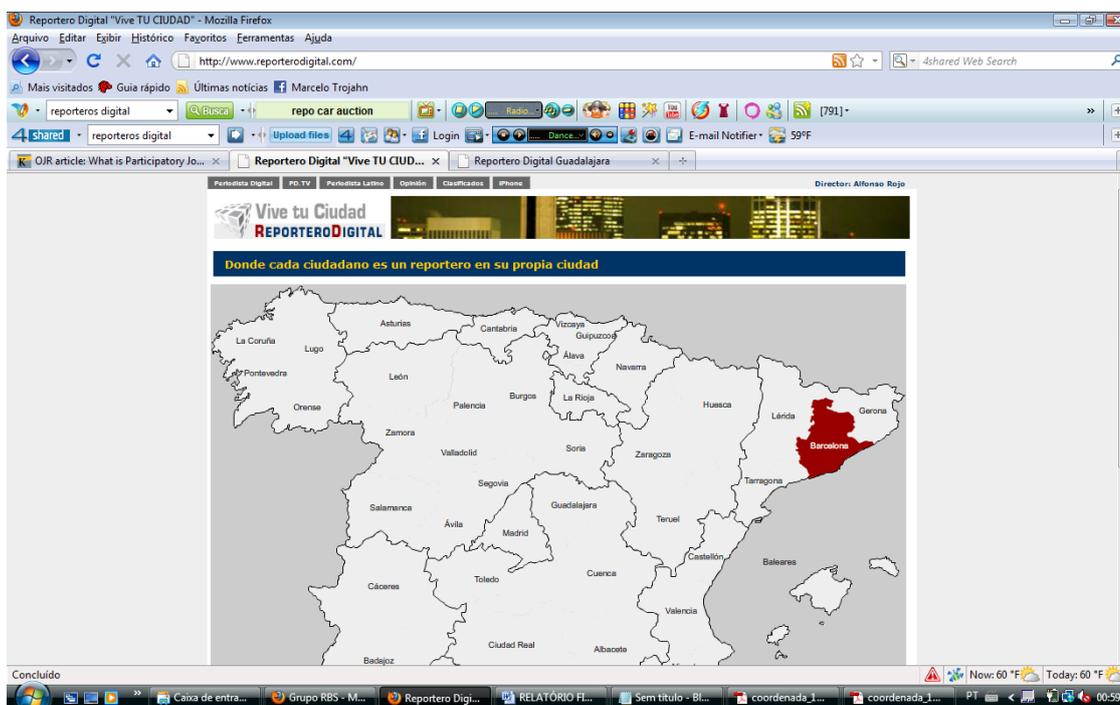


Figura 6 - Mapa interativo do Reportero Digital
 Fonte: Reportero Digital (2000).

Ao exemplo do que ocorre em todo o mundo, a presença do jornalismo cidadão também aparece nas empresas de comunicação, de maneira cada vez mais intensa e inovadora, provocando mudança nas rotinas produtivas e no próprio leque de atribuições dos jornalistas, muitas vezes atordoados por dezenas de emails dos leitores.

Jornais impressos americanos, como o *Washington Times* (THE WASHINGTON TIMES, 2011), estão se tornando pioneiros nessa caminhada de conteúdo compartilhado ao trazer em suas páginas diárias a cobertura de notícias escritas e fotografadas por cidadãos comuns.

No caso específico, que representa uma das inovações mais audaciosas de que se tem informação recentemente (o jornal inaugurou o projeto em de abril de 2009 e o mantém até hoje), a produção colaborativa aparece publicada junto às demais matérias executadas por profissionais de comunicação. E há, inclusive, uma distribuição de assuntos por dia da semana e por comunidade.

Segundo consta na página do periódico na Internet, a seção dos jornalistas-cidadãos é organizada em temas de interesse de seis comunidades de Washington. Nas segundas-feiras, os repórteres-amadores se dedicam a escrever notícias sobre educação. Nas terças, o noticiário complementar está aberto para temas de relevância dos subúrbios de Maryland e Virginia. Enquanto isso, nas quartas quem publica são os cidadãos que vivem no distrito de Columbia. Já nas quintas, a vez é de as bases militares locais dizerem o que há de novo nas suas instituições. Nas sextas, o espaço fica disponível para comunidades religiosas e sábado, os leitores-participativos escrevem notas sobre serviços públicos.

Mas essa tarefa dos leitores não funciona sem regras. O veículo de comunicação forneceu um conjunto de normas para que os colaboradores tivessem intimidade e compromisso na hora de redigir as matérias. Eles receberam cópias dos manuais de redação, que atentam para agirem com ética jornalística e saberem como lidar com as fontes de informações.

De acordo com informações veiculadas na reportagem de apresentação do projeto, os jornalistas-amadores devem cumprir com as mesmas normas rigorosas na elaboração das notícias inerentes ao trabalho da equipe da redação, técnicas que precisam contemplar a exatidão, precisão, imparcialidade, equilíbrio e ética.

O editor executivo do *The Washington Times*, John Solomon, declarou que o canal participativo não diminuiu a qualidade editorial da informação. Pelo contrário, o casamento entre a produção amadora e a profissional cumpre com uma forma mais ampla de cobertura jornalística, capaz de alcançar fatos e acontecimentos que seriam impossíveis dentro do orçamento da redação e do tamanho do grupo de repórteres.

Outro desafio ligado ao tema foi lançado na Alemanha, em 2006. O jornal diário de maior vendagem, *Bild.de* (BILD.DE, ([200-]), firmou parceria com uma rede de

supermercados para oferecer câmeras digitais a preços mais baratos para os leitores, buscando estimulá-los à produção de imagens amadoras do cotidiano e flagrantes. Com 2GB de memória, as câmeras eram vendidas na época a R\$ 165,88, vinham acompanhadas de um software e de um adaptador USB. O kit permitia que os leitores-repórteres mandassem conteúdo diretamente para editores, que assumiam a função de analisar o material.

Porém, como relatado em artigo⁷ publicado no Observatório da Imprensa, em dezembro de 2008, a própria porta-voz da Associação dos Jornalistas da Alemanha da época, Eva Werner, encontrava riscos a uma abertura tão ampla. Segundo ela, a quantidade de fotos levadas ao mercado sem critério e aos milhares, enquanto há profissionais que têm competência específica para realizar esse trabalho, acaba por descreditar um produto de qualidade consolidada e, assim, os consumidores de informação e o jornalismo saem perdendo.

No Brasil, o recurso da participação do público aparece mais visível dentro de portais de notícias e nos sites de jornais impressos, muito embora essas colaborações estejam ganhando destaque nas publicações tradicionais, como iremos investigar durante a análise dos quatro jornais do Grupo RBS em Santa Catarina.

Porém, na grande imprensa brasileira, não se conhece projetos que tragam para tão perto a produção amadora dentro das redações dos jornais impressos. No entanto, não há indícios de que isso não ocorra no futuro, uma vez que o jornalismo cidadão ganha espaço em todas as mídias no Brasil, mas com destaque aos veículos online.

2.2 CENÁRIO BRASILEIRO

Desde o ano de 2000, o Brasil experimenta a prática do jornalismo cidadão aliado às mídias tradicionais. De acordo com informações do site Wikipédia (WIKIPÉDIA, 2011), o primeiro caso oficial de incorporação da produção amadora ao jornalismo profissional foi promovido pelo site de notícias *Último Segundo* (IG, 2000-2011), via seção Leitor-repórter, hoje extinta.

Ainda se construindo como um fenômeno de participação consequente da evolução dos canais de tecnologia digital, o cenário na época já chamava a atenção de pesquisadores de comunicação. Machado (2002), ao refletir sobre a configuração do ciberespaço como fonte para jornalistas, percebia mudanças nas rotinas produtivas das notícias e na revisão dos papéis das fontes e até mesmo dos profissionais de comunicação. Uma transição provocada, principalmente, pela ascensão do usuário da Internet à produção e publicação de conteúdo na rede.

A inclusão dos usuários como fontes coloca na agenda da pesquisa sobre o campo jornalístico um aspecto até agora negligenciado pelos códigos de ética

⁷ http://observatoriodaimpresa.com.br/news/view/jornal_vende_cameras_para_estimular_participacao

do jornalismo convencional: as responsabilidades dos usuários das redes como fontes para os jornalistas. Uma omissão justificada no Jornalismo convencional porque a notícia que chega ao público depende de uma negociação direta entre jornalistas e fontes, cabendo ao leitor, ouvinte e telespectador a função de consumidor dos conteúdos. Como a experiência do projeto *Leitor-Repórter do iG* indica, daqui para frente é provável que, cada vez mais o cidadão comum disponha de condições para entrar no circuito de produção da notícia. Em contrapartida, do mesmo modo que o jornalista no exercício da profissão deve cumprir com o código de ética que resume os procedimentos deontológicos, a participação do usuário enquanto fonte ou colaborador revela a necessidade de uma atualização dos códigos de ética profissional com a definição dos direitos e deveres dos usuários como fontes, alargando um processo antes restrito aos jornalistas e aos membros do público detentores de cargos oficiais ou envolvidos nos fatos. (Id. *Ibid.*, s/p).

Ao contemplar um novo personagem, o jornalismo deveria reivindicar não apenas uma atualização interna dos profissionais, mas também fornecer subsídios técnicos e conceituais para que a informação gerada pela colaboração do público pudesse ocorrer de maneira segura, precisa e credível aos fatos narrados.

Estratégias que, pouco a pouco, atualmente começam a se consolidar, na medida em que novos projetos e veículos passam a adotar o jornalismo cidadão como uma ferramenta capaz de ampliar as possibilidades de conversa entre os meios de comunicação tradicionais e seus públicos e, de forma prática, potencializar e fornecer uma leitura variada das notícias, embora a prática gere riscos e tensões.

Ao passo que o jornalismo cidadão foi chamando atenção das empresas de comunicação, projetos independentes e organizações online de mídia existentes em outros países ganharam versões nacionais. Criado em 1999, nos Estados Unidos, como iniciativa alternativa à cobertura do encontro da Organização Mundial do Comércio (OMC), o *Indymedia* (INDEPENDENT MEDIA CENTER, [2010]) recebeu, no Brasil, o nome de Centro de Mídia Independente (CENTRO DE MÍDIA INDEPENDENTE, 2002).

Seu surgimento no país, em dezembro de 2000, também ocorreu como consequência de manifestações políticas em prol do movimento antiglobalização, promovido em São Paulo naquele ano. Hoje, a rede, que já tem mais de 150 sites e colaboradores em pelo menos 100 países, reúne produções jornalísticas amadoras em diversos formatos: online, boletins impressos, vídeos, podcasts, rádioweb e documentários. No Brasil, o CMI tem produções regionalizadas em 12 grandes cidades brasileiras, como São Paulo, Rio de Janeiro, Curitiba e Florianópolis.



Figura 7 - Centro de Mídia Independente (CMI)
Fonte: Centro de Mídia Independente (2002).

Todo material pode ser “baixado” gratuitamente pelo usuário e a participação é irrestrita, desde que não sejam violados os princípios básicos, como cobertura alinhada à pauta de acontecimentos de impacto social, econômico e cultural, e que forneçam um contraponto à leitura da mídia tradicional. De forma objetiva, o Centro “convoca” o usuário a ampliar sua cidadania e crítica social:

O **CMI Brasil** é uma rede de produtores e produtoras independentes de mídia que busca oferecer ao público informação alternativa e crítica de qualidade que contribua para a construção de uma sociedade livre, igualitária e que respeite o meio ambiente. O **CMI Brasil** quer dar voz a quem não tem voz constituindo uma alternativa consistente à mídia empresarial que frequentemente distorce fatos e apresenta interpretações de acordo com os interesses das elites econômicas, sociais e culturais. A ênfase da cobertura é sobre os movimentos sociais, particularmente, sobre os movimentos de ação direta (os “novos movimentos”) e sobre as políticas às quais se opõem. A estrutura do site na internet permite que qualquer pessoa disponibilize textos, vídeos, sons e imagens tornando-se um meio democrático e descentralizado de difusão de informações. (CMI, 2010, s/p)

Criado em 2006, o Brasil Wiki (www.wikibrasil.com.br), uma das principais ferramentas de hospedagem de conteúdo colaborativo na rede brasileira, é um ambiente virtual onde há destaque para textos, fotos e vídeos que forneçam, preferencialmente, críticas à cobertura da mídia tradicional – sem que haja interferência e seleção dos conteúdos pela grande imprensa.

São 13 editorias temáticas que trazem, principalmente, textos de caráter opinativo. Ali,

leitores comentam, através de artigos, fatos tratados pela grande imprensa e buscam analisar esses assuntos, emitindo diferentes posicionamentos, o que revela um debate democrático de discussão. Um dos diferenciais do site é o espaço aberto a produções literárias, como poesias, contos e crônicas. O portal de notícias Terra (TERRA, 2011) já tem certa tradição nessa experiência, com centenas de contribuições em seu canal de jornalismo participativo “VC Repórter”, elaborado, especialmente, para a participação de pessoas comuns na produção das notícias.

O grupo de comunicação O Estado de S. Paulo (GRUPO ESTADO, 1995-2011) também tem um canal semelhante, mais voltado às imagens: o Foto Repórter. As fotos dos internautas, sejam de máquinas digitais ou de celulares, passam por uma triagem e são divulgadas na página. Elas podem, ainda, ser publicadas nos jornais impressos, conforme o interesse da redação. Quando isso ocorre, o autor da fotografia ganha um pagamento no mesmo valor que um *freelancer* profissional.

Desde maio de 2007, o portal de notícias G1 (GLOBO, 2011), da Rede Globo, também tem um subsite para publicações dos internautas, o VC. De acordo com divulgação no portal, todas as informações são antes verificadas e passam por edição, mantendo um padrão editorial e obedecendo às regras jornalísticas como o *lead*.

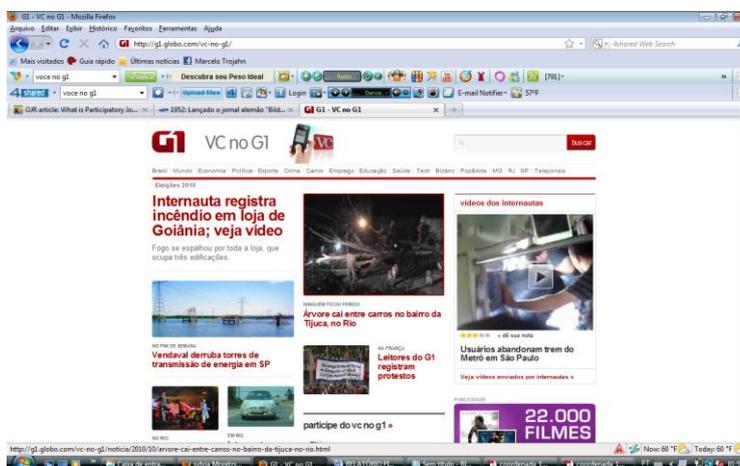


Figura 8 - Subsite do G1, o VC
Fonte: Globo (2011).

Outros canais semelhantes de participação do público também são observados em diversos jornais brasileiros, com extensões de suas versões impressas na Internet, como no Jornal do Brasil, primeiro jornal a migrar para a Internet e, hoje, o primeiro a extinguir a versão impressa para ficar apenas no ambiente online. No site, o leitor recebe a mensagem “Faça seu papel de cidadão, envie sua reportagem!”. (GLOBO, 2011).



Figura 9 - Jornal do Brasil: leitor-repórter
Fonte: Jornal do Brasil (2010).

Na maioria dos casos, para participar desses canais, o repórter-amador precisa apenas acessar a página, fazer um cadastro e enviar, por meio de formulário a contribuição, uma foto, um texto ou vídeo. Caberá aos jornalistas responsáveis por este fluxo, decidir se tal material é relevante e tem valor jornalístico para “virar notícia”. Porém, como foi observado, é cada vez mais frequente o uso de orientações e dicas de apuração e redação ao leitor.

No entanto, essa estratégia adotada por grupos de comunicação e grandes jornais não diminuiu a propagação de novos sites e blogs independentes, que estão no ar sob a premissa de fornecerem uma informação democrática, de livre acesso e a baixíssimo custo, para aquele que a produz e a gerencia. E principalmente, fornecer aos leitores um relato, muitas vezes correlacionado à narrativa noticiosa da grande imprensa ou, até mesmo, trazer novos ângulos e informações adicionais.

À primeira vista, esse conceito pode transmitir a sugestão de um jornalismo político e ideológico, especialmente pela presença de termos como “independente” e “democrata”. Todavia, é necessário o devido cuidado para não deformar a ideia original que, mais simples, porém, não menos relevante, trata de uma forma de comunicação onde a informação é produzida pelo cidadão comum, cuja principal ocupação não é – pelo menos ainda – a produção jornalística. Pode ser considerado um jornalismo amador. (CARDOSO, 2002, p. 3).

Enquanto procura um equilíbrio entre a posição do leitor-jornalista e a função do jornalista profissional, Primo (2006) pontua que, em função do excesso de informações circulando dentro das redes de cooperação na Internet, existe uma maior necessidade de avaliá-las, do que descartá-las. No seu entendimento, graças ao nascimento desta cooperação, não é mais necessária a rejeição de notícias devido à falta de espaço; todas podem ser publicadas, conforme veículo utilizado – no caso, a Internet.

O autor explica que, diferentemente dos veículos de massa, atrelados a constrangimentos comerciais, limitações técnicas e profissionais responsáveis pela apuração e

produção de conteúdo, na web esses limites quase desaparecem, e trazem inúmeras reflexões acerca das atribuições do jornalista. Primo e Träsel (2006) acreditam que, nesse novo processo, acima de tudo, é preciso evitar postulados que defendam ferrenhamente a abertura de canais de forma indiscriminada, assim como aqueles que ignoram esse sistema interativo.

O debate sobre a inserção do comunicador na sociedade e seu mercado de trabalho é mais do que legítimo, mas tal postura não pode ofuscar a reflexão sobre o impacto social que as formas mais abertas de webjornalismo hoje oferecem. Tanto o radicalismo otimista, que vê nas tecnologias digitais de cooperação a garantia de uma pseudo-democracia universal, quanto o extremismo corporativista, que enxerga nos noticiários participativos uma ameaça à profissão ou aos cursos de jornalismo, revelam suas limitações e baixo poder heurístico. Todavia, sob pena de conduzir no vácuo esta discussão sobre webjornalismo participativo, é preciso antes levantar quais são as condições que favorecem seu desenvolvimento. Mesmo que não seja possível esgotá-las, aponta-se aqui algumas delas, que serão discutidas a seguir: maior acesso à Internet e interfaces simplificadas para publicação e cooperação online; popularização e miniaturização de câmeras digitais e celulares; a “filosofia *hacker*” como espírito de época; insatisfação com os veículos jornalísticos e a herança da imprensa alternativa. (Id. Ibid., p.3).

Ele ainda destaca que o jornalismo mantém cada vez mais uma relação com os canais tecnológicos e que não é recomendado defender unicamente o jornalismo impresso ou o webjornalismo, que surge como um objeto de estudo instigante devido aos potenciais de interferência dos usuários na produção de conteúdo. “A diferença principal do jornalismo tradicional e do jornalismo participativo está em contar com interações mais profundas **com** e **entre** os colaboradores”. (Id. Ibid., p. 15). E, nesse modelo, é possível afirmar: entre os repórteres-cidadãos e os jornalistas profissionais.

Depois de debatermos algumas das formas de participação, é importante conhecer, ainda, como são categorizadas as participações dos jornalistas-cidadãos. Jornalistas brasileiros, Taddei e Foschini (2006), elaboraram a coleção “Conquiste a Rede”, com download disponível de graça na Internet, na forma de um guia para o usuário se tornar um *expert* na geração de conteúdo.

A “cartilha”, dividida em quatro e-books (Blog, Flog & Vlog, Podcast e Jornalismo Cidadão – Você faz a Notícia) traz um exemplar destinado a explicar como o internauta pode ser um gerador de notícias de forma independente e também ser um produtor complementar junto às mídias tradicionais.

Como destacam, essa nova forma de o público se relacionar com os grupos de comunicação rompe com um silêncio de séculos, pelo qual o leitor de jornais, por exemplo, não participava nas decisões daquilo que gostaria de ler. Hoje, frente às inúmeras possibilidades de interação, a aproximação entre jornalista e seu público não deve ser vista como uma ameaça, mas, sim, como uma nova maneira de fazer jornalismo.

A separação rígida entre os que fazem as notícias e os que recebem as informações desaparece no mundo virtual. Os profissionais da comunicação têm agora milhares de aliados na tarefa de apurar fatos, conhecer novidades, reunir e comentar informações. Qualquer um pode fazer notícia. O modelo tradicional, que distingue os emissores dos receptores da informação, deu lugar à comunicação feita por meio da colaboração. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p.8).

E esta colaboração, segundo os mesmos autores, se apresenta em diferentes estilos e graduações, como classificam a seguir:

1) Jornalismo participativo – Ocorre, por exemplo, nas matérias publicadas por veículos de comunicação que incluem comentários dos leitores. Os comentários somam-se aos artigos, formando um conjunto novo. Dessa forma, leitores participam da notícia. Isso é mais freqüente em blogs.

2) Jornalismo colaborativo - É usado quando mais de uma pessoa contribuiu para o resultado final do que é publicado. Pode ser um texto escrito por duas ou mais pessoas ou ainda uma página que traga vídeos, sons e imagens de vários autores.

3) Jornalismo código aberto - Surgiu para definir um estilo de jornalismo feito em sites wiki, que permitem a qualquer internauta alterar o conteúdo de uma página. Também pertencem a esse grupo vídeos, fotos, sons e textos distribuídos na rede com licença para serem alterados e retrabalhados.

3) Jornalismo grassroots - Refere-se à participação na produção e publicação de conteúdo na web das camadas periféricas da população, aquelas que geralmente não participam das decisões da sociedade. Quando elas passam a divulgar as próprias notícias, causam um efeito poderoso no mundo da comunicação. Quem usa esse termo defende a ideia de que o jornalismo cidadão está diretamente relacionado à inclusão dessas camadas no universo criado pelas novas tecnologias de comunicação. (Id. Ibid., p. 13).

Outra forma de categorização elaborada por Foschinni e Taddei (2006) se refere aos perfis dos jornalistas-cidadãos ou leitores-repórteres. Mas essa tipificação não exclui a combinação de uma ou mais categorias, ou seja, um colaborador pode tanto atuar como redator quanto editor, dependendo do veículo onde irá publicar sua contribuição. Segundo os autores eles podem ser:

1) Publicador – Tem páginas pessoais (blog, flog, vlog) ou produz podcasts com notícias, independentemente do assunto abordado.

2) Observador – No universo do jornalismo cidadão, quem tem um gravador, uma câmera ou um celular está pronto para registrar eventos imprevisíveis. Muitas vezes, esse observador torna-se fonte de notícia por acaso.

3) Militante – É o cidadão jornalista que defende uma causa ou dedica-se a um assunto com paixão. Nesse tipo encaixam-se os torcedores de times de futebol, defensores de partidos políticos ou de causas como ambientalismo e a defesa de minorias. O militante pode dedicar-se também aos fatos referentes a sua comunidade, seja ela um prédio, um bairro ou uma associação.

4) Comentarista – É o cidadão jornalista que se manifesta nas páginas já existentes da web. Ele exercita seu papel por meio de comentários em blogs, flogs, vlogs, fóruns, comunidades ou em portais da grande mídia.

5) Editor – Seleciona notícias e participa de comunidades ou sites colaborativos nos quais é possível sugerir links da grande imprensa ou de páginas pessoais. (FOSCHINI; TADDEI, 2006, p. 17).

A definição de perfis de jornalistas-cidadãos não apenas busca enquadrar e organizar essa participação amadora, mas também revela uma complexa forma de interatividade e colaboração do público junto a plataformas online tradicionais de notícias, como dentro de suportes independentes, geridos pelos usuários.

Como é possível perceber, a função e as possibilidades de produção e interferência do público são cada vez maiores e mais específicas, o que requer monitoramento e estudos para apontar modelos eficientes que promovam, de fato, uma informação democratizada, mas responsável e correta, que é o que se espera da produção das notícias.

3 COMPETÊNCIAS PROFISSIONAIS EM REVISÃO

Na contemporaneidade, o jornalista passa por momento particular quanto a sua profissão no Século XXI, principalmente após a consolidação da Internet como um potencial canal de informação descentralizado, permeado por diferentes vozes em um redesenho de função e competências. (BRUNS, 2005; FIDALGO, 2005; MIELNICZUK, 2003; PAVLIK, 2005; SALAVERRÍA, 2008; TARGINO, 2009).

As transformações nas redações, os novos formatos e modelos de negócio e a exigência de multicompetências são apenas algumas das novidades que o profissional enfrenta em seu cotidiano. A readaptação das tarefas ao cenário tecnológico combinado ainda com a conversão das audiências em produtores de conteúdo jornalístico, provocam inúmeros questionamentos e incertezas quanto ao papel do jornalista na atualidade.

No Brasil, especialmente, a crise de identidade e a defesa por um território demarcado e seguro de atuação – para além do paradigma tecnológico em evolução – se assevera desde 2009 quando o Supremo Tribunal Federal (STF) derrubou a exigência do diploma acadêmico para o exercício da profissão. Considerada por muitos autores como Dines (2009), como um ataque à legitimidade de uma função social até então constituída legalmente e agressão à profissionalização da categoria, a decisão fragilizou ainda mais o jornalista de formação.

Criada em 30 de novembro de 1938, a primeira legislação que tratou do jornalismo como profissão no País, durante a ditadura de Getúlio Vargas, estabeleceu cargos e jornada de trabalho, assim como delineou a função prática atribuída a quem o exercia. Nesta época, o decreto definiu o jornalista como “trabalhador intelectual cuja função se estende desde a busca da informação até a redação de notícias e artigos e à organização, orientação e direção desse trabalho”. (FILHO, 1995 apud PETRARCA, 2005, p.2).

Só no ano de 1969, foram especificados o *ethos* profissional e a atividade jornalística; a exigência do diploma passa a ser instituída, além de remuneração mínima. No documento, publicado no Diário Oficial da União, em 21 de outubro daquele ano, normas, competências e traços da ética apareceram mais claros.

A profissão de jornalista compreende, privativamente, o exercício habitual e remunerado de qualquer das seguintes atividades: a) redação, condensação, titulação, interpretação, correção ou coordenação de matéria a ser divulgada, contenha ou não comentário; b) comentário ou crônica, pelo rádio ou pela televisão; c) entrevista, inquérito ou reportagem, escrita ou falada; d) planejamento, organização, direção e eventual execução de serviços técnicos de jornalismo, como os de arquivo, ilustração ou distribuição

gráfica de matéria a ser divulgada; e) planejamento, organização e administração técnica dos serviços de que trata a alínea " a "; f) ensino de técnicas de jornalismo; g) coleta de notícias ou informações e seu preparo para divulgação; h) revisão de originais de matéria jornalística, com vistas à correção redacional e a adequação da linguagem; i) organização e conservação de arquivo jornalístico, e pesquisa dos respectivos dados para a elaboração de notícias; j) execução da distribuição gráfica de texto, fotografia ou ilustração de caráter jornalístico, para fins de divulgação; l) execução de desenhos artísticos ou técnicos de caráter jornalístico (BRASIL, 1969).

Conforme Petrarca (2005, p. 9), a elaboração do projeto e a aprovação do decreto explicitam um momento em que a formação universitária em jornalismo é ratificada como essencial na definição de uma ética profissional e para apreensão dos critérios técnicos da profissão. “As camadas profissionalizadas passaram a se atribuir uma legitimidade que na década de 1960 e 1970 assume um teor científico e o tema da profissionalização passa a ganhar destaque”.

Os jornalistas iniciam não apenas a construção de uma cartilha que determina seu lugar na esfera social como procuram assegurar a constituição de um saber exclusivo e uma unidade de classe que defenda interesses inerentes ao exercício livre do jornalismo – mas amparado por normas e éticas que estabeleçam padrões mínimos de qualidade e conduta.

Suas práticas estão autenticadas no entremeio da formação da opinião pública, na luta contra o autoritarismo em defesa da democracia, na busca pela verdade dos fatos, acesso à informação e luta por melhores condições de trabalho. (CHRISTOFOLETTI, 2008; KARAM, 1997; NEVEU, 2001). Fatores políticos, sociais e econômicos – a exemplo da expansão da indústria da imprensa – foram decisivos também para a criação de uma regulamentação, que pudesse ratificar a importância do profissional no âmbito comercial e, ainda, jurídico.

Vale destacar que estas conquistas/metras, catalogadas e estabelecidas no passado recente brasileiro, ainda se fazem presentes na atualidade e exigem dos profissionais intensa dedicação para mantê-las vigentes e executáveis na prática de um bom jornalismo. Aliás, são intrínsecas à profissionalidade.

3.1 TÉCNICA

À medida que os consumidores passaram a utilizar dispositivos e ferramentas para produzir suas próprias notícias, o jornalista se viu obrigado a ceder parte de seu saber sagrado. Não cabe mais apenas a ele apurar informações jornalísticas, tratá-las e distribuí-las. O

público, principalmente, por meio de canais online como blogs e redes sociais, ascendeu à categoria de produtor jornalístico. E tem feito isso como mostramos até aqui, inclusive conseguindo passar por portões (*gates*) controlados por jornalistas (*keepers*) até mesmo nos jornais impressos, aonde se percebe mais resistência à produção amadora.

Apesar do cenário, muitas as empresas de comunicação já espaço para as contribuições dos leitores. Isso comprova o esforço que as mídias tradicionais, como os jornais impressos, vêm se empenhando para não perder espaço e conquistar a colaboração de seu público ou para garantir e elevar a circulação. É bem verdade que, com a iniciativa do jornalismo cidadão, as empresas passam a dispor de centenas de ajudantes na rua que atuam protegidos pela “colaboração” e, assim, não precisam ser remunerados.

Um contexto social, tecnológico e informacional ainda contraditório e em construção, mas que Fidalgo arrisca resenhar:

A especificidade do trabalho dos profissionais da informação poderá estar, futuramente, menos na **revelação** de notícias ou dados ‘em primeira mão’, e mais na **interpretação** e **contextualização** dessas notícias, bem como num serviço de **sinalização** e **certificação** que permita ao público se orientar num ambiente cada vez mais inundado de fluxos informativos de todas as proveniências, onde será necessário saber ‘navegar’ distinguindo ‘o trigo do joio’ para fazer um percurso autónomo mas crítico. (FIDALGO, 2005, p.13).

Bowman e Willis (2003) analisam que a profissão de jornalista, realmente, não está apenas transformada pelas novas tecnologias, mas, principalmente, pelo público consumidor de informação, que hoje tem ao alcance ferramentas e equipamentos, inclusive portáteis e fáceis de usar, que os colocam em uma posição de atividade na criação e distribuição de informações.

Pesquisador e jornalista, Carlos Castilho sinaliza bem essa mudança que chama de revolução em andamento. Para ele, a parceria entre público e jornalistas mal está saindo da teoria para entrar na prática e irá ditar o ritmo do cotidiano dos profissionais daqui para frente.

É uma conversa muito especial, porque ela (a lógica) terá de, inicialmente, desmontar desconfiças e preconceitos passados entre quem publica e quem consome informação, o que por si só já é uma tarefa complicadíssima. O desdobramento imediato é o desenvolvimento dos novos valores que vão comandar a relação entre os *prosumers* (jargão inglês para a fusão de produtores e consumidores de informação). Mais uma vez, o jornalismo 2.0, dentro do qual está o que alguns chamam de jornalismo cidadão, é pedra fundamental deste processo, pois ele é o grande laboratório da mudança. (Castilho, 2007, p. 9).

Assim, primeiramente pressupõe-se que eles (o público participante) não dominam os critérios e padrões das notícias e linguagem e tampouco compreendem os embates éticos que normatizam a conduta profissional, como será importante observar mais adiante no trabalho, no capítulo dedicado à profissionalidade dos jornalistas, abordando a cultura e a comunidade jornalística (DINES, 2009; LAGE, 2001; TRAQUINA, 2005), a deontologia (BOHÉRE, 1994; FIDALGO; 2008) e o código de ética dos profissionais. (CHRISTOFOLETTI, 2008; KARAM; 1997).

O caminho para dosar a interação e aproveitar, de fato, esta participação em algo concreto para o jornalismo seria a checagem, complementação e contextualização, quando necessária, do material elaborado por leitores-repórteres. Comenta que, com sua formação, valores e práticas adquiridos na carreira, o profissional do jornalismo pode e deve atuar na edição do conteúdo criado pelo público, “organizando o vasto material e emprestando a credibilidade necessária à atividade jornalística”. (BRAMBILLA, 2006, p. 45).

Ao longo da história do jornalismo, de tempos em tempos, o surgimento de novos canais para comunicar notícias provocam contradições, insegurança e sobressaltos profissionais, redesenhando o papel e as competências do jornalista à medida que novos suportes tecnológicos de informação emergem e se consolidam. Tem sido assim, em maior ou menor grau, dos jornais impressos ao rádio, do rádio à chegada da televisão e da televisão à explosão de recursos de informática e transmissão de dados via satélite.

De forma única e central, há mais de uma década, quem domina a cena é a Internet e suas múltiplas plataformas de comunicação, colaboração e distribuição livre de dados, capazes de suscitar a entrada de novos atores no palco da difusão e produção das notícias, antes estritamente fechado à comunidade jornalística. (PRIMO; TRÄSEL, 2006; TRAQUINA, 2005).

É dentro dessa imensa teia de cooperação global online (CASTELLS, 2003; LÉVY, 1999) que os cidadãos experimentam, de forma mais acentuada a partir dos anos 90⁸, uma

⁸ Desenvolvida em 1968, nos EUA, a Internet era uma forma de garantir comunicação emergencial, caso o país fosse atacado militarmente. Aos poucos foi usada no meio acadêmico e científico, até que abandonou o caráter militar para se desenvolver como rede de comunicação. Expandida para outras finalidades, a rede acabou se desenvolvendo e trazendo uma infinidade de serviços. Porém, o uso expressivo da Internet e a ampliação do número de usuários só aconteceram com a criação da *World Wide Web* (1989) que facilitou o acesso à rede. Seu primeiro *boom* foi em 1996/7. A partir daí, a convergência multimídia, a velocidade e a interação tornaram a Internet na imensa rede de fluxos comunicacionais que pode ser observada atualmente. (FERRARI, 2003).

reorganização da esfera social, quando sites, portais de busca, chat, fóruns e blogs passam a ser imprescindíveis para a vida social e profissional.

Um movimento de comunicação planetário, baseado na participação e construção de uma inteligência coletiva, solidificada no engajamento em torno de temas e debates, na indicação e na produção de conteúdo intelectual, científico e artístico livre em volume sem precedentes. (KUCINSKI, 2005).

Associada ao jornalismo diretamente, essa expansão da Internet produziu características que ganham novos complicadores a cada instante, e colocam em cheque antigos padrões de produção e, por que não, a própria existência do comunicador profissional por formação e excelência.

Não é novidade que os meios digitais trouxeram consigo um pacote, em evolução diária, que exige dos jornalistas domínios tecnológicos e dinâmicos de difusão de informação em rede que impactam tanto na disponibilidade de tempo quanto na qualidade final da informação jornalística. (BECERRA, 2003; KUCINSKI, 2003).

Outro ponto está no fato de que o ciberespaço se tornou um terreno fértil para toda e qualquer expressão humana, de forma quase que irrestrita e praticamente incensurável, obrigando ao jornalista a dividir seu trabalho com o público. Gillmor (2005) destaca que a produção de notícias e a reportagem do futuro serão, ou melhor, já são mais parecidas com uma troca de ideias ou com um seminário do que uma palestra, onde uma plateia assiste calada ao à fala do especialista.

A linha divisória entre produtores e consumidores vai esbater-se, provocando alterações, que só agora começamos a antever, nos papéis de cada um dos grupos. A própria rede de comunicações será um meio para dar voz a qualquer pessoa, não só àqueles que podem investir milhões de dólares em máquinas impressoras [...]. (GILLMOR, 2005, p.15).

É verdade que o comportamento contestador e interagente do público reflete, em parte, o descontentamento ao longo de décadas com os meios de comunicação de massa, até então vistos como donos da informação e guias de uma verdade nem sempre confiável. A comunicação de um para todos, tornou-se de todos para todos.

A insatisfação com a qualidade do jornalismo entre a audiência — e entre os próprios jornalistas — não é novidade. Ativistas à direita e à esquerda tradicionalmente denunciam a suposta parcialidade e comprometimento da mídia com interesses comerciais. Leitores especialistas em determinado campo, por outro lado, irritam-se com as imprecisões ou erros flagrantes contidos em reportagens. Até agora, estes grupos tinham apenas o

instrumento das cartas, telefones ou publicações caseiras para expressar suas opiniões ou publicar matérias como pensam que estas devam ser. Hoje, podem empreender esforços individuais ou coletivos para produzir suas próprias informações. (PRIMO; TRÄSEL, 2005, p.5).

No âmago desta transformação e dentro do paradigma comunicacional contemporâneo, está o jornalista, cada vez mais confrontado por desafios que põem suas competências, a ética, o perfil e o papel como profissionais legitimados, no seu processo histórico de profissionalização (FIDALGO, 2005), a serem mediadores a serviço do interesse público e “cães de guarda” da sociedade.

Agora, esta que foi uma empreitada praticamente exclusiva dos comunicadores, passa a ser partilhada pelo cidadão comum - leitor, telespectador, ouvinte -, que assume uma função ativa no processo de informação de massa. (BRAMBILLA, 2006). Frente a esse contexto desafiador e em incerto, o jornalista vive um dilema profissional, que ganha aspectos asseverado às constantes exigências por adequação da produção às mídias digitais e domínio de inúmeras ferramentas e canais de comunicação, aliados ainda ao ritmo frenético imposto pela lógica das “notícias em tempo real” e à sobrecarga de funções em consonância com equipes reduzidas.

Com um cenário que privilegia a produção de notícias sob um regime particular, imediato, interativo, móvel e visual, a profissão de jornalista entrou em colapso e chega a ser alvo de previsões apocalípticas, que preveem até mesmo a sua dissolução. É com esse pano de fundo que se pretende discutir alguns pontos, menos radicais e mais esperançosos, em busca de pistas que sinalizem quem será e o que fará o jornalista do futuro, ou melhor, o profissional de amanhã. O foco está na ideia de que o jornalista caminha para se tornar um gestor/organizador/editor de conteúdo capaz de organizar a bagunça informacional hoje existente com pouca hierarquização na Internet.

Nesse raciocínio, outra peça-chave também parecer ser o desenvolvimento de aptidões que o permitam atuar em cooperação com o público produtor de conteúdo. E mais: que este profissional crie elos, faça conexões, dialogue e se relacione junto às comunidades e todos os seus agentes para trocar informações dentro de ambientes virtuais como as redes sociais.

Afinal, quais são, hoje, as aptidões do jornalista que dariam conta de atender à função social, atualmente também questionada, da qual o jornalismo sempre reivindicou pertencente? Que novas capacidades comunicacionais (FIDALGO, 2008) este mediador de conflitos deve desempenhar, além do que dizem os estatutos profissionais tradicionais (BOHÉRE, 1994;

CORNU, 1999) – que ratificam o compromisso com a verdade, a exatidão de dados, apuração responsável, equilíbrio entre fontes, imparcialidade e isenção?

De que forma e com que limites o jornalista profissional poderá trabalhar de dentro das redações, com mais êxito, em parceria com o seu público, questão que é fundamental quando se discute o crescimento, legitimação e também a descrença a respeito do jornalismo cidadão. (BRAMBILLA, 2006; GILLMOR, 2005; OUTING, 2005; TARGINO, 2009).

Todas essas questões são levantadas hoje dentro da academia e também nas redações à procura de respostas que possam dar conta desse novo perfil. Ao discutir o tema, autores como Bruns (2005), Canavilhas (2001), Machado (2003) e Mayer (2011) procuram esboçar um perfil jornalístico único, evitando diferenciações entre jornalista digital e jornalista analógico (de veículos impressos), uma vez que o entrelaçamento de mídias em processo de convergência (JENKINS, 2008) que atravessa todas as mídias.

3.2 ÉTICA

O jornalista é um homem político, que transita em diferentes camadas da sociedade na direção de recolher dados, tratá-los e oferecer aos cidadãos uma informação credível, verdadeira e útil. Embora pareça um tanto romântica a descrição acima, em reflexão às amarras editoriais e interesses privados das grandes empresas de comunicação onde atua, o profissional ainda desfruta de um status social garantido proporcionalmente pelo respeito com que trata suas fontes, pela qualidade de sua investigação e, claro, pelo modo com que, na atualidade, se relaciona com os públicos que atinge. Em todas essas ações, é indissociável o seu “agir pela ética”.

Ao exemplo do que lembra Christofolletti (2008), o jornalismo não pode admitir mentira ou falseio, uma vez que sua prática social está alicerçada no bem coletivo e, para isso, os cidadãos necessitam de informações verdadeiras para tomar decisões a respeito dos acontecimentos. Trata-se de um pacto de confiança entre público e jornalistas. Um precisa do outro. Um se alimenta do outro na base da credibilidade, ou melhor, de uma ética que se pressupõe deva partir do profissional.

Aprendemos a entender o jornalismo como uma prática de busca da verdade, um conjunto de esforços para a transmissão de relatos que se apropriam de como os fatos aconteceram. Por isso, relacionamos os jornalistas a pessoas que prezam pela verdade e se regem por ela. Nesse sentido, a verdade é um valor extensivo a todos os cidadãos, mas entre os jornalistas parece pesar mais. Isso não significa que os jornalistas sejam mais verdadeiros do que as

demais pessoas. Mas transgredir neste terreno provoca consequências mais graves para estes profissionais. (CHRISTOFOLETTI, 2008, p.21).

Desígnios na legitimação como agente que promove mudança social, a credibilidade e o seu sistema de crenças próprias, são severamente confrontados pela comunidade onde atuam, e decisivos para garantir ou sinalizar a corrupção na essência da atividade jornalística.

Karam (1997) atenta que a ética do jornalista deve estar empenhada na garantia do direito social à informação e comprometida com o gênero humano e na apreensão do real autoproduzido pelos indivíduos, em contrariedade à opressão, dominação e manipulação e do desejo mascarado de uma informação “para todos”.

Nesse sentido, a busca pela verdade parece ser o bem mais caro e defendido pelos jornalistas e também por pesquisadores que colaboram na cristalização de uma teoria que dê conta de estabelecer uma deontologia própria (*ibidem*), exclusiva dos profissionais da informação, onde estejam previstos um pacote de valores e deveres que deveriam ser seguidos.

Investidos nesta missão – a de noticiar os fatos com o máximo rigor e veracidade possível – os jornalistas precisam abrir mão de si próprios (enquanto cidadãos comuns) para a condição de mediadores sociais íntegros, justos e distanciados de interesses comerciais, capazes de merecer o crédito por sua obra diante das audiências. Afinal, é por meio da credibilidade que a confiança se estabelece e, assim, os públicos decidem se acreditam ou não no que o jornalista relata.

Reflexo de uma classe que procura delimitar sua essência profissional, a Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ), criada em 1946, cumpre papel na representatividade dos interesses e reivindicações dos profissionais, além de zelar por sua ética e liberdade de imprensa. É dela a atribuição de aglutinar sindicatos em diferentes âmbitos e promover o desenvolvimento de seus integrantes. Em estatuto, a entidade normatiza sua função. Entre elas está a de:

Lutar pela união e defesa dos direitos da categoria, buscando o desenvolvimento intelectual, profissional e as conquistas trabalhistas dos jornalistas brasileiros, zelando também pela garantia da liberdade de expressão. Trabalhar em conjunto com os sindicatos filiados, buscando também fortificá-los e ajuda-los a lutar junto às suas bases por estes objetivos, sempre resguardando em primeiro lugar os interesses da categoria. (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2006).

O Código de Ética dos Jornalistas Brasileiros (FEDERAÇÃO NACIONAL DOS JORNALISTAS, 2007), baliza os principais compromissos e valores que os profissionais devem nutrir no exercício de suas práticas. Entre as recomendações sobre sua responsabilidade estão: 1) nunca agir com interesse pessoal ou buscando vantagem econômica; 2) ser favorável aos valores humanos; 3) buscar provas que fundamentem informações de interesse público; 4) tratar com respeito todas as pessoas mencionadas nas informações que divulgar; 5) defender a soberania nacional em seus aspectos político, econômico, social entre outros compromissos.

Na lista de deveres, o jornalista tem como princípios, divulgar os fatos e as informações de interesse público; lutar pela liberdade de pensamento e de expressão; defender o livre exercício da profissão; valorizar, honrar e dignificar a profissão; não colocar em risco a integridade das fontes e dos profissionais com quem trabalha; combater e denunciar todas as formas de corrupção, em especial quando exercidas com o objetivo de controlar a informação. E, ainda, respeitar o direito à intimidade, à privacidade, à honra e à imagem do cidadão, muito embora, conforme a linha editorial do veículo.

Ao sedimentar uma conduta, o código age – ou assim deveria – como um gene impresso no DNA dos jornalistas em prol do direito à informação, da manutenção da democracia, da revelação do arbitrário e na supressão de interesses pessoais que venham a macular a honra e o status daquele que se apresenta à sociedade como um agente capaz de ordenar o caos cotidiano através das notícias. E disponibilizá-las sem traços de julgamento e juízos de valor pessoais, muito embora a subjetividade dos jornalistas seja questionável a todo tempo diante do fantasma da pessoalidade das narrativas, contra a neutralidade ou independência. Ora esta percepção aparece apenas como crítica pontual e, vez em quando, é constatada como transgressão de fato. (TRAQUINA, 2005; ALSINA, 2009).

Embora existam casos de fraudes informativas, como já vimos, essa não é a característica essencial e majoritária do trabalho jornalístico. O que o jornalista faz é interpretar os acontecimentos com base em algumas limitações pessoais e profissionais. As limitações pessoais acontecem pelos seus conhecimentos e pela sua ideologia. As limitações profissionais se referem ao meio de comunicação para o qual trabalham e à projeção social da sua atividade. Os interesses financeiros, políticos e publicitários exercem um controle inevitável na produção da informação. (ALSINA, 2009, p.291).

Para formar e informar, o jornalista, afirma Dines (2009), precisa ser exemplar. Isto mesmo: dar o exemplo, através de uma moral e ética que permitam conferir a ele um papel que se assemelha ao de um educador. Portanto, cabe a ele ter sempre em mente um senso de

responsabilidade, pois toma o leitor pela mão, e o conduz na vida pública, recomendando e alertando. Age em seu consciente e o motiva a tomar decisões. “Uma forma de incentivar a responsabilidade e obrigar o jornalista a conviver com ela é a criação de códigos de ética”. (DINES, 2009, p.138).

3.3 COLABORAÇÃO E AMEAÇA

Uma das principais preocupações quando se discute a presença e a função do jornalismo cidadão é delimitar sua atuação, sem que o jornalismo tradicional e os jornalistas profissionais percam terreno junto ao público, sem que o jornalismo padrão sofra prejuízos e a informação se torne superficial e irrelevante. Brambilla (2005) atenta que no jornalismo cidadão, o sujeito que lê é, muitas vezes, o mesmo que, de alguma forma, ajudou a escrever as notícias. Portanto, ele deve compartilhar responsabilidades e ter envolvimento pessoal com o conteúdo produzido e distribuído.

Logo, o que se vê, nesse movimento, é que o espaço que a mídia de massa antes abria ao público, limitado às seções de cartas, hoje avança sobre o território editorial, assumindo as pretensões informativas de um noticiário padrão, alargado por produções de fora da redação. “Quebra-se, portanto, o monopólio do controle sobre os meios de publicação, ao que cabe um paralelo à produção colaborativa de softwares por comunidades que partilham os mesmos interesses e habilidades”. (BRAMBILLA, 2005, p. 9).

Tamanha dimensão que essa febre vem ganhando no mundo, que a revista americana *Time* elegeu “Você” como a Pessoa do Ano de 2006, destacando a ampla atuação de cidadãos comuns na geração de conteúdo, seja nas redes de cooperação na Internet, nas mídias sociais como em paralelo com as mídias tradicionais.

Diante dessa massiva participação do público e da conseqüente tensão gerada dentro da esfera jornalística, principalmente dentro dos grandes grupos de comunicação de massa, questões éticas quanto ao papel do jornalismo precisam ser discutidas e reafirmadas, de acordo com Rodrigues (2006).

Um desses paradigmas está no fato de que os leitores-repórteres não têm formação acadêmica específica para atuarem como produtores de conteúdo noticioso, algo até então apenas atribuído aos jornalistas profissionais. Logo, primeiramente, pressupõe-se que eles (o público participante) não entendem dos conhecimentos de escrita, das técnicas e tampouco da ética da profissão, como será importante observar a seguir. Se tomarmos o ângulo como critério, sugere-se que seria difícil obter garantias quanto à veracidade das informações

veiculadas ou aos cuidados em relação ao que escrevem, e, até mesmo, quanto ao equilíbrio e à isenção de opinião.

Além disso, a Internet também favorece o anonimato, que, por um lado é uma arma contra denúncias, por outro, se transforma em um ponto negativo quanto à credibilidade da informação disparada. Para Brambilla (2006), a resposta para acabar com o conflito sobre a competência do jornalista-amador está na administração dessa colaboração dos cidadãos por parte de quem é especializado.

Analisando, aqui, esse fluxo dentro das mídias tradicionais, os jornalistas devem se posicionar como filtros capazes de dar tratamento às contribuições e, assim, garantir uma informação credível ao leitor final. Assim, o jornalismo cidadão aparece como um aliado do jornalismo tradicional.

O caminho para dosar essa interação seria o da depuração e verificação do material elaborado por jornalistas amadores por profissionais da área. Segundo a autora, com a formação, valores e práticas adquiridos na carreira, o profissional da comunicação deve atuar na edição do conteúdo criado pelo público, “organizando o vasto material e emprestando a credibilidade necessária à atividade jornalística”. (BRAMBILLA, 2006, p. 45).

Rodrigues (2006) não só reforça essa atribuição, mas a amplia, dizendo que, embora qualquer pessoa possa publicar o que for, sempre existirá a necessidade de um mediador, que tem a tarefa de direcionar, lapidar, conferir e apresentar a informação. Nesta revisão, o jornalista teria como principal função juntar as ideias e dar a elas um formato mais condizente ao que público esperaria, sem que, para isto, seja preciso afastar o leitor-repórter do processo.

Com essa abertura, o que vemos é um jornalismo democratizado e permeado por vozes distintas, uma vez que o jornalista estaria mais próximo do público como um ouvinte atento ao que ele tem a dizer, e não apenas cercado pelos assuntos debatidos entre os pares e a redação. Essa relação/função, portanto:

[...] desmistificaria o jornalista como um propagador de pontos de vistas soberanos, instituindo-o como alguém que consolida uma informação que vem do público, a que se acrescenta a importância que o jornalista assume no estímulo à discussão pública de pautas com diferentes enfoques. (BRAMBILLA, 2006, p.53).

Feito dessa forma, ou seja, compartilhado a informação entre o jornalista e o repórter-cidadão, o jornalismo tem mais chances de atingir uma qualidade superior, pois diferentes versões poderão ser confrontadas, novos pontos de vistas teriam a oportunidade de emergir e, assim, a prática social a qual o jornalismo se legitima estaria alargada.

No entanto, Moretzsohn (2006) não vê tanto sucesso na promessa de independência da informação, longe dos grandes grupos, ou mesmo no aumento da qualidade da informação jornalística que, com essa avalanche de dados fornecidos pelo público, terá, mais do que nunca, necessidade de ser organizada, editada e transformada em linguagem noticiosa, além da necessidade de verificação quanto à veracidade da narrativa. E essas funções, de acordo com o autor, cabem ao jornalista, em função de sua experiência e formação.

As facilidades proporcionadas pelas novas tecnologias da comunicação vêm provocando, entre muitas outras, a profecia do fim do jornalismo tal como o conhecemos: munido de um celular com câmera, operando um blog na internet, qualquer um se transformaria em repórter. Uma pequena pausa para reflexão levaria, entretanto, a arrefecer significativamente o entusiasmo diante dessa perspectiva supostamente democratizante – ou, talvez mais precisamente, libertária –, que acena com o ideal do poder pulverizado entre “todos” e esconde ou despreza os mecanismos através dos quais esse mesmo poder se reorganiza nas mãos dos poderosos de sempre, ao mesmo tempo em que desconsidera um aspecto fundamental para sustentar a profecia: o caráter específico da mediação jornalística, que é o que legitima socialmente esse tipo de informação e impõe procedimentos necessários para que se lhe exija a indispensável credibilidade. (MORETZSOHN, 2006, p. 63).

O que se prevê, mais uma vez, é uma readaptação das práticas do jornalismo, como a história demonstrou ao longo dos séculos, e não a morte de jornais impressos, como profetizam alguns autores que veem, nas tecnologias da informação e na produção aberta de conteúdo, uma liberdade agora possível e que antes era sufocada pelos meios de comunicação de massa.

Em menor ou maior grau e independente do veículo ou mídia, a tecnologia, os novos canais de comunicação e a manipulação de recursos ligados ao jornalismo online e à Internet estão indissociáveis da prática jornalística até mesmo em pequenos jornais ou rádios. “O debate [...] sobre as diferenças entre um jornalista e um jornalista digital é irrelevante. Dentro de anos, não sei quantos, todos vão ser digitais. Esse vai ser o seu meio de trabalho”, declarou o professor e pesquisador Ramón Salaverría, em entrevista ao jornal *Público*, de Portugal. (SALAVERRÍA, 2003).

Nesse contexto, a ampliação ou criação de competências e tarefas alinhadas à evolução das Tecnologias da Comunicação e Informação (TIC's), pontua Fidalgo (2005), tem obrigado o jornalista a rever seu papel de intelectual, para dar espaço a ao desenvolvimento trabalhador técnico da comunicação. Assim, a lei do mercado:

Criou novas exigências profissionais aos jornalistas, obrigando-os a começar a dominar uma panóplia cada vez mais vasta de instrumentos de pesquisa, tratamento e edição da informação, bem como a manusear, e até a integrar, “linguagens” que antes eram normalmente vistas em compartimentos estanques, associados a uma especialização por suporte (texto escrito – hipertexto – infografia – som – imagem parada – imagem em movimento). (FIDALGO, 2005, p.4).

Estes canais não só são um desafio à técnica, mas também à mediação junto ao público, que hoje tem acesso a blogs, pode comentar as matérias ou até complementá-las e corrigi-las. Toda essa “troca”, que aproxima dois polos antes mais separados, provoca alterações tanto sob o ponto de vista da demanda de trabalho como na finalidade, alcance e eficácia do jornalismo, que se abre à colaboração e participação, ou seja, aproxima-se do caráter democrático ao qual se legitima.

Em vários casos, estes ‘diários digitais’ permitem – com a vantagem de funcionarem em tempo real, ao contrário da informação ‘periodificada’ dos meios de comunicação clássicos – mostrar ao leitor o contexto mais alargado em que trabalha o jornalista, bem como as condições específicas do exercício da sua actividade.[...]. (FIDALGO, 2005, p. 6).

Analisando o intenso fluxo de colaborações direcionadas às mídias tradicionais, os jornalistas podem se posicionar como filtros capazes de dar tratamento às contribuições e, assim, garantir uma informação credível ao leitor final. Portanto, assim, o jornalismo cidadão aparece como um aliado do jornalismo tradicional. (GILLMOR, 2005).

Mas é preciso organizar e rotinizar essa participação. Uma das hipóteses que pode trazer subsídios para equilibrar a participação do público junto às publicações tradicionais está em uma pesquisa feita na Universidade Helsinki, Finlândia. Dois professores desenvolvendo a tese de que a informação jornalística deve ser o resultado da convergência de duas lógicas distintas na produção de notícias. “A primeira delas seria a lógica da diversificação e descentralização, materializada nos blogs e na discussão entre os consumidores de notícias, enquanto a outra seguiria a lógica convencional das redações, centralizada e focada” (CASTILHO, 2010).

Heikkilä; Kuneliusos (2010) estudam a criação de um ambiente capaz de congregiar acesso, diálogo e deliberação entre jornalistas e o leitor, na tentativa incentivar debates entre o que é produzido pelos produtores e consumidores de informação, materializado em blogs e comentários na rede, em contraste com a produção jornalística tradicional. O conteúdo final levaria em conta essas opiniões, que seriam incorporadas às pautas.

Segundo Castilho (2010) as redações convencionais na imprensa estão cada vez mais sobrecarregadas pela demanda de fatos, sugestões e produções que chegam on-line. Por isso, reformulações que contemplem a percepção do leitor são fundamentais para suprir suas necessidades. Como sempre fizeram, os jornalistas seguem fadados a realizar uma seleção vital.

Porém, se realizadas da mesma maneira com que institucionalizaram, ou seja, por vezes ignorando a opinião do público causarão maior frustração nas expectativas do leitor, que reage, critica e condena esse tipo de oferta comunicacional. Estaria nessa “ouvidoria” uma das alternativas para reduzir o descrédito que os cidadãos têm atualmente sobre o jornalista e os jornais.

Só que o material produzido nessas conversas e comentários é de difícil transmissão porque é desordenado e contraditório. É necessário que alguém organize essa massa de informações e a coloque à disposição de outras pessoas num formato de fácil leitura e compreensão. É aí que entram os jornalistas profissionais das redações. É claro que a ordenação e edição tiram uma parte da diversidade do material produzido nos fóruns de debates, nas mensagens do Twitter e nos comentários de blogs. Mas isto é um mal menor, comparado à situação atual em que as redações se transformaram em verdadeiros bunkers de acesso quase exclusivo a políticos, governantes, empresários e formadores de opinião. (CASTILHO, 2010, s/p).

Nesse sentido, Pavlik (2001) classifica como três as principais mudanças no papel do jornalista atual: ele terá de ser mais do que um narrador de fatos e mediador do presente. Caberá a ele, de forma profunda e analítica, nessa onda de informações geradas pela Internet e seus canais de comunicação, ser um intérprete dos acontecimentos, onde sua capacidade de contextualização terá de ser maximizada. Nesse sentido, estaria atrelado à curadoria de conteúdo. (BRUNS, 2005).

Além disso, sua atuação desencadeará elos com mais ressonância junto às comunidades, como se vê na prática dentro do jornalismo hiperlocal partilhado entre amador e profissional. Diante da saturação informacional, quem organizará e preparará – com periodicidade e responsabilidade jornalísticas – conteúdo que tem, de fato, relevância como serviço de interesse público aos cidadãos, para que eles se autogovernem e possam formar suas opiniões?

Ainda caberá aos jornalistas, segundo os autores trabalhados até aqui. Aroso (2000) pontua a descentralização generalizada da produção de conhecimento entre os membros de uma comunidade – no caso em redes digitais, inclusive existentes dentro de veículos off-line –

, faz com que a função do jornalista se estenda cada vez mais a aspectos de uma moderação e organização de dados gerados na rede por atores de dentro e fora das redações.

Se o caminho for este, nem o jornalismo e muito menos os jornalistas vão desaparecer. Como fornecedores de significado e contexto entre todo o ruído, eles podem tornar-se mais essenciais do que nunca. (AROSO, 2002). A cartilha de atuação profissional incluirá, no entanto, novas funções, tais como facilitar, organizar e disponibilizar o emaranhado de conversações on-line, através de inúmeras fontes e pontos de vista.

Ao exemplo do que lembra Cornu (1999), a instantaneidade de divulgação dos fatos, a competitividade desenfreada dos meios de comunicação e a aceleração da informação concorrem para que se tenha menos tempo, e até mesmo, menos critério de verificação rigorosa de dados, o que é um risco ao princípio da busca de narrativas verificadas e validadas como verdade.

Portanto, a complexidade de produção e a chegada de novos personagens à mediação jornalística reafirmam a necessidade de o jornalista ser um agente ético, com um poder de conversação muito mais amplo, empenhado e engajado em busca da informação credível e confiável, valores que norteiam a profissão em seu estatuto original. “A confirmação dos fatos, a crítica das fontes são comprometidas pela instantaneidade da comunicação. É aqui, contra a própria velocidade da informação moderna, contra a pressão do tempo que o jornalista deve lutar obstinadamente” (CORNU, 1999, p.391).

Como se pode perceber, em meio a tantas dúvidas e incertezas, a afirmação inequívoca é que o jornalismo está, mais uma vez, a se reinventar, ou melhor, a romper com muitas regras nem sempre bem aceitas pelo público – evolução que inseparavelmente é consequência da mudança da própria sociedade e da maneira como, hoje, ela passa a compartilhar seu conhecimento, de forma descentralizada, livre e colaborativa, devolvendo ao cidadão comum industrializado e, muitas vezes renegado pelas mídias, liberdade e autonomia de escolha.

Em entrevista ao pesquisador, por email, Ana Brambilla ratifica a necessidade do trabalho jornalístico profissional para conferir credibilidade ao volume de informações que chegam do público por canais online. Para ela, a fragilidade da colaboração reside ainda na dificuldade de identificar a audiência interessada na produção amadora.

A pluralidade de olhares promovida por modelos colaborativos de jornalismo me parece uma das principais qualidades dessa prática, em coberturas especiais ou mesmo no dia a dia, alcançando lugares e microcosmos onde o jornalismo tradicional não consegue chegar. Essa “vigilância” do jornalista das redações ainda me parece necessária à medida que confere diferencial para o conteúdo do cidadão repórter diante do mar de trivialidades que

encontramos pela rede. Na definição da audiência. Há outras fragilidades, como a discriminação editorial perante os conteúdos produzidos por profissionais, nos veículos. Mas a difícil identificação de quem se interessa realmente por LER o conteúdo produzido por cidadãos repórteres, ou seja, precisar a DEMANDA por um conteúdo amador me parece o maior desafio que boa parte dos veículos que adotaram esse modelo ainda não conseguiu superar. (BRAMBILLA, 2011, por e-mail).

O que vem pela frente é impossível antecipar. Porém, esse cenário futuro já revela que os jornalistas não estarão mais sozinhos a contar histórias. Terão muito que aprender com aqueles que foram, até poucas décadas, apenas objeto para observação e descrição. E para quem, na sua totalidade, o trabalho é feito.

4 ANÁLISE DA PRODUÇÃO DOS LEITORES NOS JORNAIS DA RBS

4.1 HORA DE SANTA CATARINA

27 e 28 de AGOSTO - Sábado e domingo

A participação dos leitores no jornal se dilui em inúmeros canais, porém, a maioria do conteúdo é sem valor informativo e/ou de interesse público. Um deles é a seção “O abraço hoje vai para” publicada na página 2. Ali, são publicados pequenos recados de felicitações. O conteúdo é repassado, geralmente, por telefone à redação. O jornal publica uma mensagem explicando como o leitor deve proceder: “Ligue para o número (48) 3216-3970 e deixe seu abraço. Ele será publicado na Hora e lido durante programação da Rádio Regional 106,4 FM”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011a).

Logo abaixo, um anúncio fixo diário procura estimular a colaboração do leitor. Chamado de “Disquenotícia”, o serviço convoca o público a enviar emails e a telefonar para a redação. A redação deixa explícita a abertura que o jornal tem para os relatos e informações dos leitores:

Você tem alguma sugestão que possa virar notícia na Hora de Santa Catarina? Mande um email para redacao@horasc.com.br ou ligue para nós. O serviço de Atendimento ao leitor está a sua disposição de segundas a sextas, das 9h às 18h, e aos domingos, das 14h às 18h. (Id. Ibid.).

Outra seção que recebe colaboração é a de serviço urbano: “Seu Problema é Nosso”. Nela, os leitores demonstram problemas de infraestrutura urbana. Na publicação, o morador aparece retratado junto ao caso. Na edição em questão, por exemplo, um morador aparece reclamando de uma calha, no Morro da Cana em Antônio Carlos. Uma caixa de texto envolve a sua fala, em primeira pessoa: “A Defesa Civil fez uma calha para evitar que a água escorresse sobre as casas aqui de baixo. O problema é que ela rachou e não tem mais utilidade. Não tem manutenção necessária?” (HORA DE SANTA CATARINA, 2011), reclama o aposentado Vilmar Momm. Os textos acompanham contraponto da secretaria responsável. Nessa seção, o leitor geralmente relata o caso à reportagem, mas também pode escrever sobre ele.

No topo da seção, o leitor também é orientado a participar. Porém, não é informado o email do jornal, apenas o endereço para correspondência e telefone. “Escreva para a Hora: Av. Desembargador Pedro Silva, 2958, Itaguaçu. CEP: 88080-701. Fone: (48) 3216-3970”. (Id. Ibid.). A coluna “Nossas Cidades” é outro espaço de convite ao leitor-participativo: “Envie suas sugestões para Nossas Cidades, pelo email nossascidades@horasc.com.br ou telefone

(48) 3216-3970”. (Id. Ibid.). Nenhuma das duas notas apresenta indicativos de contribuição do público.

Na editoria de Esportes, apesar de não haver textos e fotos de leitores, a coluna “Amador Futebol Clube”, produzida pelo jornalista Michael Gonçalves, publicou uma nota a respeito da ampliação da cobertura. Em comemoração aos 5 anos do jornal, a coluna passa a ocupar página inteira diariamente. Mais uma vez, o leitor é chamado a enviar conteúdo:

A partir desta edição, a coluna Amador FC passa a ocupar uma página inteira. Com mais fotos e informações sobre os campeonatos amadores da Grande Florianópolis, a Hora confirma a sua parceria com o futebol neoprofissional. Não perca tempo e mande a foto da sua equipe para michael.goncalves@horasc.com.br. (Id. Ibid.).

Outra seção singular do jornal, e que pode ser abastecida pelo leitor, é a de humor, denominada “Chico Tatuíra”. Nela, o leitor pode enviar piadas para publicação. Um minúsculo selo informa isso ao leitor: “Mande sua piada para a Hora. Email: redação@horasc.com.br”. (Id. Ibid.). Porém, na edição, nenhuma das duas piadas publicadas traz sinais da autoria dos leitores.

A coluna “Mané Gaiivota” também não traz produção de leitores na edição analisada. Contudo, faz referência à importância da colaboração dos leitores por ocasião dos 5 anos do jornal. Em uma das notas, publica texto e foto em homenagem ao leitor Marinho Cassiano Nunes Filho que, de acordo com o editor, “é um precioso colaborador desta coluna”. (Id. Ibid.).

Ao lado, outro texto ressalta a relevância das colaborações. É novamente estratégia de valorizar a participação do público na expectativa de que os leitores se reconheçam nas mensagens e produzam conteúdo jornalístico. “Faltaria espaço para enumerarmos todos os nossos queridos colaboradores que nos mandam informações sobre a nossa terra e nossa gente.”. (Id. Ibid.).

A linguagem simples e didática do jornal se estende ainda a outras seções, como a “Pede-se Providência”, uma espécie de megafone público dos leitores, como o próprio nome diz, em terceira pessoa. O título reforça a ideia da participação dos leitores, ao narrar problemas por telefone: “Estes são os temas de algumas ligações que a Hora de Santa Catarina recebeu de seus leitores”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011). Uma das notas tratava da reclamação de leitor sobre atendimento bancário e outra, do elevado volume do som automotivo.

Na coluna “Minha Família é...” o leitor tem espaço para divulgar sua vida pessoal, como em uma coluna social. Os textos, em primeira pessoa, são carregados de dedicatórias e adjetivos e tratam de aniversários e momentos especiais particulares do público. O leitor pode enviar os conteúdos pelo correio ou por email. A ele é pedido que informe nome, endereço, profissão, número do RG e um telefone de contato.

A menção a leitores colaborativos aparece bastante marcada na nota do colunista Ivens W. de Abreu, que assina o espaço “Paixão Alvinegra”. No texto cujo título é: “Cinco anos caminhando juntos”, confirma que os leitores o ajudam na produção de conteúdo sobre o Figueirense. Ele enaltece a colaboração amadora: “São 1.555 colunas escritas nestes cinco anos com você, leitor...”. (Id. Ibid.).

“Falando de Sexo” e “Com Amor” são outros dois espaços que o leitor ocupa, porém, por meio de perguntas que são respondidas por colunistas. O primeiro funciona como uma consulta a um especialista. Nessa edição, a leitora escreve que tem problemas na aceitação de o marido fazer sexo oral. Abaixo, as colunistas aconselham a leitora a proceder com determinado comportamento. Em “Com Amor”, a leitora escreve uma mensagem de agradecimento pelo companheirismo do marido. A redatora, em resposta, elogia a participação. Em ambos os casos, os leitores usam os canais para expressarem valores pessoais, angústias e comemorações. Portanto, nesse caso, não há ligação com informação jornalística. Há, no entanto, a busca por um serviço de orientação e, respectivamente, o desejo de comunicar, pelo jornal, a vida privada.

29 de AGOSTO – Segunda-feira

A edição não apresenta participações extras dos leitores além das seções já tradicionais. Em “Seu Problema é Nosso”, a moradora destaca problemas no asfalto da rua em que mora, em um caso que trata de um problema que a incomoda, mas que também afeta outras pessoas. Assim, entende-se que o conteúdo tem valor jornalístico por seu atendimento ao requisito interesse público. Na caixa de texto publicada na foto, a leitora descreve a situação: “A rua tá toda cortada, cheia de buracos. Quando chove, a água escorre morro abaixo e leva parte do asfalto. Deveriam tomar vergonha e refazer o trabalho” – reclama a dona de casa, Ariele da Silva. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011b). Ela opina sobre as condições do local e cobra soluções. O contraponto vem logo em seguida, na tentativa de respondê-la, demonstrando que coube ao jornalista responsável pela seção a tarefa de buscar o contraponto.

A coluna “Pede-se Providência” traz duas reclamações, uma em forma de denúncia. Morador relata que crianças com idades de aproximadamente 12 anos dirigem no centro de Santo Amaro da Imperatriz em ruas sem acostamento. Comenta que já relatou o caso à Polícia, porém, até o momento, nada teria sido feito.

Não há informação de contraponto e indicação de que a informação tenha sido verificada. A percepção é de que o leitor tem o direito de reclamar e, até mesmo denunciar, mas, na mesma edição, a questão fica em aberto, o que poderia sugerir um risco quanto à veracidade das informações, afetando a credibilidade do jornal, em caso de se tratar de dado inverídico.

Na reclamação seguinte, outra leitura conta que em fazendas da região onde mora, há problemas de segurança e que ladrões têm furtado animais, o que provoca confronto armado entre moradores e invasores. Também não há outras fontes que ajudem a confirmar a reclamação, nem apuração do veículo e, tampouco, contraponto.

O colunista Professor Nathanael, que assina o espaço “Presságios”, presta uma espécie de consultoria aos leitores a respeito de dúvidas esotéricas e análises de sonhos. O leitor aparece identificado apenas pelo primeiro nome, junto à sua pergunta, escrita em primeira pessoa. Abaixo, vem a resposta. Um selo “ensina” o público a participar, à exemplo de outras estratégias do jornal, sempre com verbos imperativos, como uma ordem expressa ao leitor: “Escreva para o Professor Nathanael...”. (Id. Ibid.).

A seção “Fala, Leitor!” traz, além das tradicionais cartas, a coluna “Minha família é... Três notas”, acompanhada de fotos dos leitores, de seus arquivos pessoais, escritas em primeira pessoa com homenagens e parabéns. Por sua estrita relação com a comunidade e vocação para o jornalismo popular, fica claro que o jornal valoriza a linguagem coloquial e carregada de emoções e juízos de valor, no caso dessa seção.

30 de AGOSTO – Terça-feira

A coluna “Hora das Ruas” traz duas prováveis colaborações de leitores na fotografia. A primeira ilustra uma nota sobre protesto de uma mãe que teve sua filha assassinada. O crédito ao leitor José Donato, como “Divulgação”, indica que se trata de um fotógrafo de fora da equipe do jornal. A imagem com bom enquadramento e informação jornalística (mostra pessoas com faixas paradas em frente à Delegacia da Mulher), foi produzida no dia 13 de junho, quando ocorreu o primeiro protesto, data da morte da vítima. O segundo protesto, de que trata o texto, estava anunciado para o dia de 30 de agosto, data da edição analisada. Mesmo sendo uma imagem classificada como arquivo, ela ajuda a contextualizar a dar relevância ao conteúdo.

A segunda imagem ilustra a nota “Em suaves prestações”, que informa, em tom crítico, a demora da Companhia Catarinense de Águas e Saneamento (Casan) em fiscalizar empresa terceirizada que realiza obra no bairro Trindade. A imagem mostra lajotas espalhadas pela rua e o trânsito alterado por conta do reparo. Creditada também como “Divulgação” a Murilo Cardoso, a imagem é factual e informativa, como o próprio texto assegura.

Outra contribuição amadora clara aparece na coluna “Amador Futebol Clube”. A nota com o título “Sentado com o prefeito” acompanha uma imagem, de arquivo pessoal, na qual aparecem dois leitores em almoço com o prefeito de Biguaçu, em celebração por terem

ganhado a promoção “Churrascada do Palmeiras”. O colunista faz questão de destacar a redação do público. Em um trecho do texto está escrito:

Veja o relato do leitor: ‘Eu, Antonio Machado, e minha esposa, Izabel Machado, ganhamos ingressos para a Churrascada do Palmeiras e tivemos a honra de sentar à mesa com o prefeito de Biguaçu, José Castelo Deschamps. Pela maravilha de festa, quero parabenizar a comunidade de Três Riachos e o Jornal Hora por proporcionar esta alegria aos seus leitores. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011c).

O caso se enquadra na categoria *soft news* em uma redação híbrida, adaptada, onde se mistura a autoria do jornalista com a do leitor.

As colunas “Falando de Sexo” e “Com Amor” trazem relatos de leitoras preocupadas com sua vida íntima. Não há informação jornalística relevante, pois os conteúdos tratam exclusivamente de dilemas pessoais que envolvem, no máximo, duas pessoas, no caso, os casais. Já a coluna “Mané Gaiivota”, traz 2 colaborações de leitores, entre as 5 apresentadas nessa edição. A primeira nota, com o título “Orquídeas”, avisa o público e o colunista sobre um evento. Sua participação faz referência a um fato novo e inédito que, apesar do baixo “valor jornalístico”, não exigiu apuração do jornalista.

O leitor, que assumiu uma das tarefas do colunista, alerta o colunista, que replica sua informação para o público, legitimando-a como verdade: “A nossa querida leitura Dione Magali escreve para o Jornal Hora de Santa Catarina para lembrar que está sendo realizada uma linda mostra de orquídeas no Hospital Regional de São José”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011c).

A nota intitulada “Carro de Boi” não indica que o leitor tenha trazido informação ao texto, porém, a imagem creditada como “Divulgação” a Marinho Nunes Filho, confirma que a imagem veio de fora da redação. A fotografia mostra um morador, no bairro Rio Vermelho, em Florianópolis, puxando um carro de boi, em uma situação casual, que se configura como um flagrante curioso do cotidiano.

Problemas de infraestrutura são os temas das duas reclamações-denúncia que moradores relatam na coluna “Pede-se providência”. Com textos em terceira pessoa, informativos, as notas não acompanham, como é estilo da coluna, contraponto ou indicações de que as informações tenham sido verificadas. Sem identificar a leitora, apenas dizendo que é moradora do município de Biguaçu, o redator escreve:

Moradora de Biguaçu reclama que a Escola Donato Alípio de Campos está sem telhas há quase um mês. Ela conta que, quando chove, o local alaga, e os alunos ficam sem aulas. Ele pede para que alguma autoridade faça algo, já que as crianças estão sendo prejudicadas. (Id. Ibid.).

Na segunda nota, a crítica em tom de cobrança recai sobre a prefeitura do mesmo município.

Moradora da Rua Manoel Silveira, no Bairro Fundos, em Biguaçu, reclama que a prefeitura está calçando a rua, mas só colocaram a tubulação até a metade da via. A moradora pede que o serviço seja feito em todo o local, já que os demais moradores também pagam os impostos. (Id. Ibid.).

A seção “Fala, Leitor!” chama atenção por dois aspectos: o primeiro é que todas as 5 cartas publicadas foram enviadas pelo correio. O lembrete abaixo de cada uma delas - “por carta” - demonstra que os leitores ainda se mantêm “analógicos” ao envio de conteúdo, mesmo que não tenha enquadramento jornalístico informativo. Outro ponto importante é que, entre as 5 cartas, uma delas é nomeada “Denúncia”, embora, mais uma vez, não haja contraponto por parte do jornal. A carta mescla informação não verificada com opinião, como se vê a seguir:

Na estrada que liga a Praia da Daniela a Jurerê Internacional, em Florianópolis, foram colocados tapumes de madeira com a finalidade de encobrir o desmatamento de uma área de preservação, com plantas nativas e próxima a uma lagoa, para a construção de prédios. Vão deixar desmatar e construir? O ajuste de conduta já está acertado? Esperamos que não seja verdade, pois, se houver licença para construção, isso será caso de polícia. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011c).

Apesar de ser uma carta de opinião, o texto traz dados precisos de localização e a descrição de quem esteve pelo local, apesar de fornecer uma leitura superficial do hipotético flagrante. O perigo, no entanto, aparece quando a leitora afirma que os tapumes foram colocados com a intenção de esconder uma atitude ilegal, matéria-prima no quesito “infração” dentro da seleção de temas no jornalismo. Porém, não há indicação de que o caso foi verificado e, tampouco, dada a oportunidade para quem responde pela suposta obra no local. Observa-se certo risco de publicar, em casos assim, mesmo em cartas, a afirmativa de ilegalidade sem a devida confirmação do que se trata.

Ao lado, na seção “Minha Família é...”, três leitores divulgam homenagens e felicitações sobre suas famílias. Nessa edição, as colaborações são de pais que parabenizam

seus filhos pela passagem do aniversário deles. Por se tratar de temas estritamente familiares e próximos, não há relevância informativa noticiosa. Na página seguinte, em “Seu Problema é Nosso”, moradora aparece na rua onde mora na frente de uma grande área alagada.

O título do texto intriga: Só promessa não adianta! Por não estar entre aspas, não fica claro se ali está a voz do morador ou a do repórter que redigiu o conteúdo. No balão gráfico, a moradora fala em primeira pessoa: “Esse é um dia ‘bom’ aqui no Morro das Pedras. Isso que tem pontos em que o carro quase não passa mais. Fiquei três dias sem ir à padaria porque isso aqui parece um rio” – reclama a costureira Maria de Lourdes da Silva. (Id. Ibid.). Outra caixa de texto, escrita pelo redator, em terceira pessoa e sem o ímpeto do leitor, traz informações pontuais sobre o caso. E, para completar a seção, o contraponto está presente, demonstrando que a reportagem teve o cuidado de “ouvir o outro lado”.

Uma nota de duas colunas, na penúltima página, reforça a estratégia de aproximação e participação dos leitores no jornal. Com o título, Sua opinião: no site e no jornal o texto informa que a partir da data os leitores têm, no site do veículo, a seção “Fala, Leitor”. O convite orienta como os leitores devem proceder: “Você, que é leitor da Hora, que à vontade para participar. Para isso, basta preencher um formulário no site. Sua mensagem será publicada nas páginas impressas do jornal”. (Id. Ibid.).

31 DE AGOSTO – Quarta-feira

O título “Um galho no meio da ponte” abre a primeira participação dos leitores da edição, dentro da seção “Seu Problema é Nosso”. A moradora conta o problema em frente a ele, como mostra a imagem. O tom crítico e opinativo reafirmam a posição de cobrança que o leitor faz e a revelação de que ele está trazendo o caso à tona, por meio do canal: “Problema é o que não falta por aqui. Basta dar uma voltinha para achar cada buracão. Mas aqui, em pleno corredor de ônibus, fica difícil de engolir”, reclama a atendente Fernanda Duarte Vaz Monarotto. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011d).

Em seguida, logo abaixo, duas outras caixas de texto fornecem mais dados sobre o problema: a primeira traz um resumo do que caso, onde fica explícita a edição e apuração do jornalista, que informa fontes como “segundo os moradores, o buraco...”. A segunda mostra o contraponto, dando voz à fonte oficial da secretaria responsável.

Na coluna “Amador Futebol Clube”, duas fotografias foram enviadas por leitores e receberam crédito como “arquivo pessoal”. A primeira delas mostra a formação de um time de

futebol sete, acompanhada do título “Boca Carianos faz mistério”. A matéria trata da expectativa de escalação e estratégia de jogo do clube amador no campeonato Floripa Cup. A segunda imagem mostra um grupo de alunos que concluíram curso de formação de técnicos de beach soccer (futebol de areia). A fotografia revela alunos uniformizados e o professor, em sala de aula. No texto não há menção à participação de leitores e a notícia poderia ser considerada “velha”, pois o fim do curso aconteceu no domingo, e a divulgação ocorreu apenas na quarta-feira. Em ambas as fotos, não são informadas a autoria.

Três leitoras enviaram perguntas à coluna “Presságios”: duas solicitaram dicas sobre relacionamento e profissão conforme suas datas de nascimento, no que se pode chamar de consultório astrológico. A terceira relatou um sonho em busca de interpretação. Mais uma vez, as leituras surgem contando anseios e relatos pessoais, como se dialogassem com o colunista. Ao lado, as colunas de “Falando de Sexo” e “Com Amor,” cumprem praticamente a mesma função. A primeira traz uma resposta à pergunta: “Por que sou gay?”. Em “Com Amor”, o leitor André (seu sobrenome é suprimido) escreve uma carta para demonstrar seu amor à mulher. A colunista apenas comenta e o parabeniza por ter tido a iniciativa de expor seus sentimentos.

A seguir, na coluna “Mané Gaivota”, a leitura Luciene Kumm, integrante do grupo de fotografia Fotomotriz, teve fotografia da exposição da qual participava publicada. A nota informativa escrita pelo autor da coluna não traz referência à leitura, mas a identifica no crédito da fotografia. No blog mencionado no texto, a leitora está identificada como uma das fotógrafas expositoras. Logo, evidencia-se que ela enviou a imagem. Porém, temos um caso de uma profissional da imagem, que agiu com um interesse pessoal: divulgar a exposição da qual integrava, que, porém, se revela como informação de interesse público, pois a visitação era aberta à comunidade.

Em “Pede-se Providência”, as duas colaborações dos leitores são menos informativas, pontuais e descritivas do que nas edições anteriores. O texto está carregado de opinião, apesar de trazer informação: “Moradora de Palhoça reclama da linha de ônibus Florianópolis–Guarda, da empresa Jotur. Ela conta que a passagem é muito cara, e que o ônibus está sempre lotado e tem poucos horários”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011d).

No segundo texto, o tema é infraestrutura urbana. A moradora informa que a rua onde mora, no bairro Santa Tereza, em São Pedro de Alcântara, vira um lamaçal depois que chove. Segundo ela, há duas semanas os ônibus não passam no local por causa da situação precária da via. Em seguida, pede providências “aos responsáveis”. Como não há contraponto e

indicação de que houve verificação das condições do local, o questionamento fica em aberto e suscita dúvidas: afinal, a informação é, de fato, verdadeira?

As cinco cartas publicadas na seção “Fala, Leitor!” são opinativas e com conteúdos que tratam de agradecimentos e queixas. De novo, o que chama atenção é que somente uma das cartas não foi enviada por carta via correio. Dessa vez, houve um recebimento por fax e nenhum por email, o que demonstra que os canais online ainda são subutilizados ou de difícil acesso para os leitores da Hora. Como é de praxe, o espaço traz a seção “Minha Família é...”, na qual os leitores enviam fotos de seus familiares que desejam homenagear, com textos em primeira pessoa e imagens pessoais em momentos de diversão e descontração, como em uma coluna social. Aqui, no caso, popular, como o jornal deixa explícito nesta abordagem.

1º DE SETEMBRO – Quinta –feira

Nessa edição, uma mensagem de parabéns pela aprovação no Instituto Federal de Santa Catarina (IFSC) é o recado que o leitor Gabriel envia no espaço “O abraço hoje vai para:”. Na coluna “Hora das Ruas”, escrita pelo jornalista e apresentador Mário Motta, uma nota sobre a localização de um animal perdido traz conteúdo que pode ter sido enviado pelo leitor, em uma informação de serviço público. De acordo com o texto, “o leitor Eurico, morador do Campeche, encontrou, nas proximidades da SC-405, um labrador de cor caramelo, muito bem cuidado e, certamente, à procura de sua casa”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011e). A nota acompanha, inclusive, o número do telefone celular do leitor. Um exemplo de que o público pode se servir da coluna para dar avisos.

As três fotografias publicadas na coluna “Amador Futebol Clube” – que ocupa toda página 11 – são de arquivo pessoal, ou seja, foram produzidas por pessoas de fora da redação, o que é considerado como amador. A coluna que narra torneios, competições e partidas fora do circuito profissional, estampa uma imagem em mais de três colunas para noticiar que o time Buxa Futebol Arte está preparado com nova equipe para disputar a competição Floripa Cup. A imagem, que é de memória, mostra jogadores na comemoração da vitória do campeonato de 2008.

A foto seguinte retrata o técnico Elinho, do time Argabem, escorado em uma parede. Não tem valor informativo noticioso, exceto por identificar o personagem tratado na nota, cujo conteúdo é uma mensagem de parabéns ao treinador.

Outra imagem de arquivo pessoal traz o time Balada Futebol Clube, do bairro Coloninha, em formação antes de jogar. A intenção do colunista é saudar o grupo pela

passagem do sétimo aniversário. O texto informa: “Além do futebol de campo aos sábados à tarde, o clube promove várias ações beneficentes para a comunidade. Os presidentes do Balada, Rodrigo Ferreira e Jonatan Weber, agradecem a todos que apoiaram o trabalho da equipe”. (Id. Ibid.).

O trecho final indica duas hipóteses: o colunista foi avisado do fato e buscou informações ou recebeu material. Não há dado preciso que informe sobre a data exata do aniversário do clube e nem se a foto é de arquivo ou de uma última partida. Aqui, as participações se aproximam da leitura *hard news*, pois não se tratam de temas de interesse público e social. A factualidade aparece imprecisa à abordagem dada pela coluna e não há autoria textual dos leitores.

Na coluna “Presságios”, três leitores enviam suas perguntas esotéricas e são atendidos pelo colunista. Em “Falando de Sexo”, um leitor que não é identificado pede ajuda às colunistas. Ele conta que fumou maconha por quatro anos e que, desde que parou, tem disfunção erétil e não sente prazer na relação sexual com a esposa. Por Fim, escreve: “Por favor, me ajude”. (Id. Ibid.). O aconselhamento identifica que o leitor sofreria de disfunção combinada com depressão. Em “Com Amor”, o leitor identificado apenas como Helder de São José escreve uma poesia dedicada ao seu amor. A colunista conselheira o parabeniza e o chama de poeta. Nestes dois casos, apesar de não haver ligação com conteúdo noticioso, a análise reforça que os leitores correspondem às chamadas das colunas em um tema muito peculiar: a vida privada.

Com o crédito de divulgação e nome completo dos autores, duas imagens ilustram a coluna “Mané Gaivota”. A primeira faz referência à nota “Dunas”, na qual um homem é retratado segurando uma pipa, tendo ao fundo uma duna. Ele não é identificado. No entanto, supõe-se que, pelo crédito, seja o autor Alexandre P. Macedo. O colunista aborda o tema destacando que é preciso preservar esses ambientes naturais ameaçados pela especulação imobiliária. Contudo, deixa de informar onde a imagem foi feita e sua data.

O leitor Ronaldo Bittencourt tem fotografia publicada para compor a nota “Praças”, na qual o colunista relata que esses espaços (sem especificar quais) estão abandonados pelos governantes. A imagem, que não indica de que área trata, tem baixo nível de informação, pois não apresenta elementos, como sujeira, depredação e precariedade, que sustentasse uma crítica tão pontual. E, ainda, completa: “o que era para ser de uso da comunidade, se tornou local de consumo de drogas e encontro de marginais”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011e). No entanto, a imagem não corresponde ao relato.

A versão do leitor sobre sua comunidade aparece na edição dentro da seção “Seu Problema é Nosso”, na qual uma moradora é retratada apontando as condições de uma servidão no Rio Tavares. Em tom opinativo e crítico, a leitora protesta: “o carro chacoalha todo antes de chegar em casa. Uma vez eu passei mal, depois de voltar do hospital. Esta rua está muito ruim” – reclama Regina Maria da Rocha Demarche. (Id. Ibid.). O modelo de complementação das informações e contraponto de órgão responsável se repetem, demonstrando atenção à prática jornalística de checar o caso e abrir espaço para a explicação.

Dois problemas que também não renderiam pauta, em uma primeira análise, ganham espaço no “Pede-se Providência”, o megafone do leitor nas páginas da Hora. Moradora de Palhoça denuncia uma possível obra irregular de um vizinho, que resultou na ocupação de toda calçada por um deque anexo ao estabelecimento comercial do morador. A segunda nota, de uma moradora de São José, relata que a Casan não resolveu o problema de falta d’água da rua. O caso de negligência já duraria uma semana. As cobranças, conforme verificado, não trazem contraponto ou constatação de que o problema realmente existe, o que expõe o jornal a um risco.

Ao lado, na seção “Fala, Leitor!”, quatro cartas tratam de agradecimentos, sugestões, críticas e denúncias. A que transcende o caráter meramente de opinião é a carta “Troco no Caixa”. Segundo a autora, muitos estabelecimentos que cobram o valor de R\$ 1,99 por seus produtos dificilmente dão o troco de R\$ 0,01 e, quando funcionários são questionados, eles acusam os consumidores de miseráveis. Apesar de ser uma prática ilegal, não há identificação dos locais. O leitor generaliza.

Ocupando quase um quarto de página, a coluna “Minha Família é...” traz três fotos e textos curtos, em primeira pessoa, que tratam de momentos privados dos leitores. A primeira imagem mostra duas mulheres fardadas camisetas de times rivais. Em seguida, a imagem que aparece revela um casal feliz. A leitora apresenta seu amor e o parabeniza. “Esse é o meu amor, Jean, que completa hoje mais um ano de vida”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011e). A última imagem é de uma mulher sorridente. O texto, escrito pela irmã dela, mais uma vez, traz felicitações. As fotografias foram identificadas como de arquivo pessoal do público.

2 DE SETEMBRO – Sexta-feira

Essa edição é uma das que apresenta menor produção e participação do leitor, além das seções e colunas fixas nas quais ele tem espaço reservado. Na página 2, por exemplo,

quem manda colaboração na seção “O abraço hoje vai para:” são três leitoras que parabenizam a avó, Dona Dilma.

Na página destinada à coluna “Amador Futebol Clube”, está publicada mais uma foto do público que ilustra a matéria “Quadrilheiros é mais um estreante na elite”. A imagem mostra o time formado, horas antes de entrar em campo, e acompanha a legenda: “equipe foi fundada em 2008”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011f). Porém, não é informado se a imagem é atual ou referente a algum jogo recente. O texto relata que a equipe de futebol amador estreia na categoria elite na competição 10ª Floripa Cup. Sua autoria tem tratamento profissional: o texto obedece ao gênero informativo e traz declarações textuais literais, demonstrando que o jornalista apurou informações e entrevistou o presidente do clube. A foto, no caso, foi um complemento, uma combinação tradicional para explicar a notícia e, ainda, identificar seus personagens.

Em “Presságios”, o consultório esotérico do leitor, dois participantes enviam perguntas para as seções “Análise de Sonho” e “Nathanael Responde”. O texto aparece em primeira pessoa, a exemplo das demais edições, confirmando um padrão estilístico. Em “Com Amor”, leitora envia dedicatória ao marido e recebe parabéns da colunista. Na mesma página, “Falando de Sexo” traz uma pergunta contundente e curiosa, o que comprova que o jornal trata, de fato, de tabus e intimidade com naturalidade, em um diálogo aberto com o público.

Uma menina, cujo nome não é informado, faz a seguinte pergunta: “Tenho 16 anos e quero saber o que tem dentro da vagina e com o que é parecido. É um buraco negro, fechado, como diz a internet? Por que sai um líquido de cores diferentes às vezes?”, indaga a leitora. (Id. Ibid.). A resposta é explicativa e informativa, em tom sóbrio e didático. “O interior da vagina é parecido com o interior da boca. É quente, úmido e tem dobras de pele. Da próxima vez que for fazer seu exame ginecológico, recomendado anualmente, peça ao seu médico para lhe mostrar com espelho...”. (HORA DE SANTA CATARINA, 2011f).

As únicas duas fotografias presentes na coluna “Mané Gaivota” trazem o crédito Divulgação e ilustram notas sobre eventos no final de semana. Portanto, tratam de assuntos factuais e de interesse público. No texto “Festa do Divino”, a imagem que o acompanha mostra um grupo de pessoas com trajes típicos da celebração religiosa, o que confirma um fragmento fotográfico, cuja autoria é citada (Rui Bitencourt), de um acontecimento social – no caso – de interesse da comunidade. A narrativa não traz marcas ou sinais de que tenha havido colaboração no envio de informações. A seguir, a segunda imagem retrata três atores em cena, na nota informativa intitulada como “Comemoração”, com crédito para Guilherme Temes. O texto avisa sobre espetáculo teatral que estava marcado para acontecer no final de semana.

Em “Pede-se Providência”, duas narrativas relatadas por leitores trazem problemas pontuais e de interesse público, na área da segurança e bem-estar dos animais. Morador do bairro Campinas, em São José, na Grande Florianópolis, informa que na Rua João Saturnino estão ocorrendo muitos acidentes de trânsito. Preocupado com esta realidade, solicita, pelo canal, verificação da polícia.

Em caráter de denúncia, a segunda contribuição é de uma universitária que revela um fato preocupante e criminoso. Segundo ela, no campus da Universidade do Sul de Santa Catarina (Unisul), em Palhoça, cães têm sido abandonados e envenenados. Ela cobra ação da prefeitura. Em ambos os casos de alerta de problemas urbanos cotidianos, não há contraponto ou verificação, apenas a narrativa do público, adaptada ao padrão de redação da coluna.

A seção “Fala, Leitor!” apresenta cinco cartas, sendo três delas enviadas pelo Correio e duas por email. Uma chama atenção, pois trata de resposta institucional a um problema relatado, na edição anterior, por moradora, no “Pede-se Providência”. Com o título “Resposta”, o texto, assinado pelo chefe da Casan em São José, explica o porquê da falta d’água em São José, e garante que o fornecimento foi reestabelecido no dia anterior. Porém, o jornal falha ao não recordar o caso, tornando praticamente impossível o entendimento e compreensão da relevância da informação para o leitor que não leu a reclamação publicada um dia antes.

A última marca da participação dos leitores na edição está na seção “Seu Problema é Nosso”. Moradora do bairro Jardim Cidade de Florianópolis, em São José, reclama de um buraco em sua rua. A caixa de texto traz a voz da moradora: “Nos dias secos, o cheiro fica insuportável. Quando chove, tudo é levado abaixo. O buraco começou pequeno, e agora tá desse jeito. A sensação é que a prefeitura nos abandonou”, relata Cátia Regina Xavier (HORA DE SANTA CATARINA, 2011f), que aparece na foto mostrando a situação da via.

Outro bloco de texto, em separado, publica a resposta do órgão competente. O caso novamente expõe a ligação próxima dos moradores com o jornal na tentativa de resolução de um problema pontual, que, embora venha através de uma queixa pessoal opinativa, atinge outros moradores, tornando-se assunto relevante na categoria interesse público.

4.3 A NOTÍCIA

3 DE SETEMBRO – Sábado

O jornal A Notícia apresenta colaboração dos leitores em diferentes editorias e seções, em uma tática que pressupõe, como objetivos, o estreitamento de laços com o leitor e maior

pluralidade em assuntos como: opinião, denúncias e reclamações. O público encontra espaço demarcado fixo e, ainda, aparece em seções de maneira esporádica, como pauteiro, produtor de fotografias e alertas.

A coluna “AN.portal”, escrita e editada pelo jornalista Jefferson Saaavedra, é um dos espaços de participação “possível”. No cabeçalho da coluna, não há um chamado ou convite para que os leitores colaborem ou enviem conteúdo. Porém, a publicação do email do colunista e o número de telefone aparecem logo abaixo da peça gráfica que indica o espaço “AN.portal”.

Na edição analisada, a primeira foto, creditada como arquivo pessoal de Carlos Alberto Dias, mostra a Estrada do Ervino, em São Francisco do Sul, ainda à espera da obra de asfaltamento. Com o título “Chão de Terra”, a nota informa que, embora a licitação tenha sido feita em 2010, o local continua intocado, indicando uma possível morosidade no processo. Nesse caso, o leitor aparece como um coautor da informação, um agente complementar ao jornalista, um olheiro atento, em mais uma produção híbrida de jornalismo cidadão. Ao jornalista, coube buscar informações e apurar a evolução do tema, por meio de checagem e apuração.

Outra contribuição, esta identificada no texto, trata sobre a polêmica instalação de biombos e o uso de celulares em agências bancárias, na tentativa de coibir ações de assaltantes na identificação de pessoas que sacam grandes quantias nas agências e avisam comparsas do lado de fora.

Usando o leitor como fonte, mas sem identificá-lo, o colunista valoriza a sugestão do público: “Em vez de proibir celulares, como outras cidades do País já fizeram, Joinville deveria adotar o sistema de Curitiba, segundo leitor, com biombos em frente aos caixas”. (A NOTÍCIA, 2011a). Apesar de haver uma recomendação que carrega opinião, a colaboração do leitor também é informativa e factual. Ele aparece como alguém próximo a abastecer o jornalista com novidades.

A reação e consequente posição de um leitor sobre mudança no trânsito também ganharam evidência na coluna. Dividida em duas notas em terceira pessoa e com títulos distintos, a colaboração tem traços de opinião, mas mostra que o cidadão tem conhecimento a respeito do tema. Com adaptação e redação do colunista, o leitor sugere, aponta correções na proposta e questiona pontos que não teriam sido contemplados na alteração. “O cidadão quer saber ainda se serão feitos elevados nas intersecções (não estão previstos) e se a população do bairro será ouvida. Ainda não há data de implantação do binário”, escreve o colunista. (Id. Ibid.).

Além dos canais de e-mails dos colunistas e jornalistas, o leitor também encontra possibilidade de enviar conteúdo em todas as editorias, por meio da publicação do endereço de email dos repórteres.

Outro local de colaboração e opinião do público aparece no caderno Anexo, de Cultura. Dentro do “Guia da Semana”, que anuncia a agenda de cinema, o leitor pode ser um crítico ocasional dos filmes que estão em exibição. É convidado, por meio de uma mensagem, a revelar suas considerações a respeito de obras que tenha assistido. “Quer participar? Envie seu comentário de cinema para anexo@an.com.br”. (Id. Ibid.). No entanto, na edição analisada, a participação era de um colunista de site especializado no tema, com repercussão nacional.

Em “Intervalo”, coluna esportiva do jornal, a única fotografia publicada no dia pertencia a leitor, mas era de época. Com o título “Das Antigas”, a imagem em preto e branco mostra um jogo ocorrido há muitas décadas. A imagem, “emprestada” por um leitor, citado ao longo do texto, é ilustrativa e, segundo o colunista, ajuda a recuperar um tempo romântico do futebol joinvillense; no caso, um trecho da história do Clube Aviação. Mas a nota não informa quem era o adversário do time que aparecia na imagem.

Por causa disso, o jornal lança um desafio: “Alguém reconhece o adversário? Teté Cercal, que cedeu a imagem à coluna, não conseguiu lembrar”. (Id. Ibid.). O quadro explicita que o jornal valoriza a memória do leitor, ou seja, a função de recordar fragmentos da história que, talvez, o jornalista não tenha acesso. A própria publicação e indicação de que o público está ali, ao lado do jornalista, facilita e estimula abastecimento de conteúdo que é produzido e remetido por alguém de “fora da redação”.

A seguir, o leitor tem quatro páginas dedicadas à colaboração, para enviar artigos, cartas, fotos e alertas/reclamações de problemas urbanos. No cabeçalho, em letras grandes, a cartola “VOCÊ.leitor” já afirma que o espaço é do público. Na edição analisada, a primeira página da editoria traz três artigos. Mas é na página seguinte que a colaboração e produção, com características mais próximas ao jornalismo cidadão, aparece.

No topo, a orientação por escrito e também por meio de signos gráficos, ensina o leitor a colaborar, com o título “Como participar destas páginas”. Em seguida, o leitor é catequizado, com uma ordem: “Envie sua participação com nome completo, número da carteira de identidade, profissão, nome da cidade e fone de contato para opinião@an.com.br fone (47) 3419-2161 ou entregue na rua Caçador, 112, Anita Garibaldi”. (A NOTÍCIA, 2011a).

As recomendações são específicas para cada tipo de material. Em “Cartas”, o leitor é informado que o material não deve ultrapassar os 500 caracteres e que, conforme decisão interna, o jornal poderá editar e deliberar se publica ou não, de acordo com seus princípios editoriais.

A seguir, o passo a passo é destinado ao material “Artigos”. Eles devem vir acompanhados de fotos e ser enviados com até 2.200 caracteres. Para participar de “Tem Solução?”, a coluna que mostra problemas de infraestrutura de bairros, o jornal indica um email para o envio de sugestões e dá o número de telefone para que os leitores também possam ligar para relatar o que lhes incomoda. Para “ver” no jornal, na coluna “Flash”, o leitor recebe a seguinte dica: “envie foto em alta resolução e pequeno texto para leitor@an.com.br ou entregue na rua Caçador, 112, Anita Garibaldi”. (Id. Ibid.).

O resultado da interação com o público é conferido a seguir. A galeria de fotos que divulga momentos especiais na vida do leitor traz três fotografias, acompanhadas de textos curtos, na função de contextualizar os leitores e suas mensagens. O texto é condensado em duas vozes. Ora o jornalista, com sua voz ativa e impessoal, narra, ora o texto se desenrola na forma pessoalizada, com o leitor falando, entre aspas, deixando claro quem é um e quem é o outro, em um modelo clássico da narrativa jornalística.

As imagens não trazem crédito. Porém, por carregarem flagrantes da vida pessoal, em instantes íntimos, como a sala de casa, um destino turístico e a formatura, como é o caso do material verificado na edição (somado às orientações que o leitor recebe), pressupõe-se que sejam do arquivo pessoal/álbum de família.

Com a abertura, o jornal empodera o leitor para que traga ao espaço público frações de sua vida privada, mas em uma leitora harmoniosa, feliz e em tom de celebração. Fica demonstrado que o público tem um espaço fixo, conquistado/adquirido só para ele, e que o faz bom uso disso. A seção ainda traz um intertítulo com a mensagem “Confira todos os homenageados do dia no ‘AN.com.br’” (A NOTÍCIA, 2011a), conduzindo o leitor a seguir no veículo, porém em sua versão online.

Em “Tem Solução”, uma pequena matéria informativa, de duas colunas, relata a “situação complicada” da Rua Chapecó, em Ubatuba, no município de São Francisco do Sul. Uma moradora é fonte para contar as condições da rua, em uma estrutura tradicional do jornalismo.

O texto impessoal e as declarações da leitora não indicam como tenha sido a entrada do tema na pauta do jornal, e tampouco se as informações da leitora foram colhidas no local por equipe ou se ela própria a redigiu. O morador dá sua versão para o problema, mas não é

agressivo ou demasiadamente crítico. O contraponto está presente, publicado ao lado, demonstrando que houve verificação do problema por parte dos repórteres junto às fontes oficiais.

Na contracapa do jornal, os endereços de email, cargos dos editores e telefones para contato direto são destacados, em uma busca de aproximação com o leitor, como comprova o título que o apresenta “Fale com AN”.

4 DE SETEMBRO – Domingo

A manchete da edição “Buracoville ou Nossaville: em que Joinville você vive?” foi construída a partir da participação de leitores, com base em artigos, ocupando as páginas nobres 4 e 5 do jornal, em um domingo, quando são reservadas e preparadas, tradicionalmente, reportagens e matérias especiais. No subtítulo, ainda na capa, o leitor toma conhecimento do que irá encontrar mais adiante, onde está informando que, dois artigos publicados em AN, “abrem o debate polêmico”.

Nas páginas destinadas à reportagem híbrida (o nome procura dar uma nomenclatura a uma produção de conteúdo compartilhada entre leitores e jornalistas), aparecem os dois artigos de leitores, com ideias opostas, em que cada um defende uma visão sobre Joinville, principalmente em relação ao desenvolvimento econômico e social.

A estrutura demonstra uma produção a muitas mãos, de dentro e de fora da redação, que começou no impresso, foi repercutida no site do jornal e retornou às páginas de papel. E, ainda, capaz de suscitar novas repercussões, quando os leitores são chamados a colaborar, com suas opiniões, de volta à página de A Notícia na internet, em uma espiral de participação e coautoria bastante interessante e potencializada.

Com assinatura do jornalista Rogério Kreidlow, a reportagem é apresentada ao leitor com uma coluna explicativa, que narra de que forma aquela produção foi orquestrada. O primeiro artigo, intitulado “Buracoville”, expõe problemas estruturais, da segurança pública à saúde, escrito pelo procurador da República em Joinville, Davy Lincon Rocha e publicado na edição de 30 de agosto. Em resposta ao que ele condena, no dia seguinte, a secretária de Comunicação da Prefeitura de Joinville, Rosimeri Comandolli, escreveu “Nossaville”, um artigo que ressalta o desenvolvimento e a boa qualidade de vida do município.

Devido à grande repercussão que o debate entre os dois provocou nos cidadãos, que passaram a repercutir o caso em redes sociais, o jornal decidiu juntar as opiniões conflitantes dentro do blog “Papo com o Leitor”. A partir daí, os internautas foram estimulados a se

manifestar. O resultado da ação rendeu a manchete, com inúmeras vozes, ora para um lado, ora para outro. Um confronto de ideias, gerado e rebatido pelo público, mas editado e desenhado pelos jornalistas, resultou na oportunidade de oferecer uma manchete ímpar e participativa.

Nessa edição, o conjunto plural de manifestações tomou corpo no jornal, que apresentou uma entrevista ping-pong com os dois articulistas sobre a repercussão do caso. A diagramação fez evidência a dois polos, tentando comunicar o confronto entre ambos. Na página onde está o artigo “Buracoville” e a entrevista com o autor, acima, há a arte gráfica de um sol escuro, envolto por nuvens densas e cinzas, que, ao “assoprar”, tenta vencer o sol da página ao lado, representado pela figura de um sol vigoroso, amarelo. (A NOTÍCIA, 2011b).

Logo abaixo, está publicado o artigo e, também, a entrevista de Rosimeri. Na coluna ao lado, os leitores repercutem o caso, em pequenas notas, como a introdução explica: “o blog Papo com o Leitor de A Notícia publicou os dois artigos para uma reflexão. Veja alguns comentários:” (Id. Ibid.). Com no máximo sete linhas, as colaborações vieram tanto do blog quanto das comunidades do jornal nas redes sociais Orkut e Facebook.

O caso emblemático mostra que amadorismo e a profissionalidade têm potencial também em casos específicos, como na produção do principal assunto de uma edição dominical, a mais importante dentro do ciclo semanal. Enquanto os leitores aparecem como peças-chave em um debate provocado por eles mesmos, o jornalista surge como um mediador social, uma figura com um saber específico e legitimado para pôr ordem no debate de forma acessível e organizada, ou melhor, hierarquizada, funções que sempre estiveram atreladas à sua cultura e *ethos* bem demarcados.

Sem isso, ou seja, sem a capacidade de buscar o equilíbrio de posições, a reportagem não teria cumprido o propósito perseguido pelos jornalistas, como a igualdade e direto a “ouvir o outro lado” e confrontar versões.

Se a provocação inicial partiu do público, o jornalista conseguiu usar suas competências de “enxergar” ali uma reportagem especial. Ele a organizou, compilou as informações e determinou o fluxo que deveria seguir, enquanto os leitores acompanhavam de perto, tanto pelo jornal impresso quanto pela internet, as pistas para seguir adiante, em uma condução intencional para produção de conteúdo opinativo, mas também informativo, baseado na defesa de fatos concretos.

A coluna “AN.portal” publica um flagrante ambiental de um leitor, que fotografou um pássaro às margens do rio Cachoeira, no Centro de Joinville. O colunista exalta o feito do leitor, que recebe crédito na foto, identificada como arquivo pessoal. Conforme a narrativa,

essa não seria a primeira vez que colaborador contribui com a coluna. “Desta vez, (o leitor fotografa/mostra), uma saí-andorinha, macho, procurando algo para comer”. (A NOTÍCIA, 2011b). Pressupõe-se que, pela especificidade da informação, quando à classificação do animal, o leitor tenha informado ao jornalista esses dados.

Nas quatro páginas de “VOCE.leitor”, três artigos compõem a página de Opinião, escritos por leitores com formação superior e formadores de opinião. “Joinville, 300 mil veículos” (Id. Ibid.) é o título do texto assinado pelo historiador e jornalista Apolinário Ternes, que trata do crescimento espantoso e preocupante da frota de veículos da cidade. Logo abaixo, quem escreve é o senador Luiz Henrique da Silveira, sobre o tema “A soja e a China” (Id. Ibid.), em uma análise do cenário econômico do país comunista e suas relações de investimentos com o Brasil. Na sequência, é a vez do leitor Paulo Stuf, mestre em Ciências Contábeis e formado em Administração, abordar a temática religião e negócios no artigo “Formando a sociedade”. (Id. Ibid.).

Em “Flash”, na página seguinte, oito fotos de leitores em momentos especiais, foram publicadas, relatando homenagens a aniversariantes, homenagens de amor e felicitações a pessoas queridas, como a que mostra uma professora segurando um cartaz com uma poesia de sua autoria, e pela qual foi merecedora do carinho de alunos e professores. A redação mista se repete.

Um exemplo de produção amadora de interesse público ligada ao *hard news* aparece na coluna “Tem Conserto?”. Depois de um acidente que atingiu a rede elétrica da rua Waldemiro Borges, cabos formaram uma “barriga”, impedindo o acesso de caminhões-baú ao terreno de uma empresa, mesmo depois do conserto feito pela concessionária. A coluna identifica e dá voz ao leitor que reclama e que também defende um interesse privado, já que o caso tem atrapalhado seus negócios. A fotografia, demonstrando o problema, leva o crédito do leitor.

No contraponto, o engenheiro da companhia esclarece que os cabos que estão mais baixos e ofereceriam risco não são da rede elétrica, mas, sim, da fiação telefônica. A página ainda traz sete comentários de leitores que tornam públicas as seções, editoriais e reportagens que mais gostam, em tom informal. As declarações são captadas pela equipe de atendimento ao assinante.

5 DE SETEMBRO – Segunda-feira

A coluna “AN.portal”, que traz um resumo de assuntos cotidianos e factuais, publica sugestão de leitor devidamente. A pequena nota de uma coluna traz o título “Uma sugestão” (A NOTÍCIA, 2011c) e aborda assunto que já foi noticiado pelo jornal: a mudança no trânsito na Zona Norte de Joinville. O colunista demonstra que o leitor escreveu para a coluna e torna isso público, reforçando a identificação com a audiência: “Servidor público escreve sugerindo a abertura da rua Bruno Ponick ou da Otto Frederico Brietzig como forma de aliviar o trânsito. Ele teme prejuízos aos comerciantes com o binário”. (Id. Ibid.).

A nota é precisa, argumentativa, e ilustra um caso sobre a ação de leitores-repórteres que estão observando temas de repercussão e relevância para a cidade. Embora não se saiba que o leitor vive no local ou tem empresa, o que confirmaria sua intenção em resolver um problema pessoal, o caso releva que o público está trazendo para dentro do jornal posições e análises inexploradas, que atendem à necessidade de o veículo narrar sobre “a novidade” dos fatos. Afinal, se estivesse “chovendo no molhado”, é bem provável que o colunista não teria dedicado esse espaço ao leitor na seleção de notas.

As quatro páginas dedicadas à editoria de “Opinião” e “VOCÊ.leitor” têm produções amadoras que ocupam integralmente os espaços. Além dos três artigos assinados por leitores detentores de status social e especialistas graduados e pós-graduados (os textos são assinados por um doutor em Economia, por um paisagista e pelo diretor da Defesa Civil), os leitores estão presentes em quatro cartas.

Porém, é na seção “Tem Conserto?” (na edição, recebe o título “Teve Solução!”) que o leitor-repórter surge como um produtor de conteúdo capaz de conduzir a pauta e, ainda, desdobrá-la, enquadrada nas categorias de *hard news* e interesse público. Com foto de arquivo pessoal da leitura Darlane Klegien, o espaço informa que um problema de sinalização, no bairro Aririú, antes revelado pelo público, foi resolvido.

Na seção “Tem Solução?”, de 23 de agosto, os leitores do bairro Aririú denunciaram que uma placa de Pare estava caída na calçada na rua Cegonhas com a Dr. Julio de Mesquita Filho. A sinalização foi danificada depois que um veículo ‘atropelou a placa’. O texto ainda recorda que o leitor Greison Berkenbrok gravou, em vídeo, o momento da colisão e enviou o arquivo à redação.

A narrativa estratégica eleva o leitor ao grau de repórter quando diz que os leitores “denunciaram” e, também, ao comentar que um amador produziu conteúdo em audiovisual exclusivo e inédito (*in loco*), que foi “aceito” e, assim, valorizado pelo jornal. A nota ainda acompanha contraponto, e nela os moradores aparecem como juízes que confirmam a versão dada pelo gerente de trânsito da Companhia de Desenvolvimento e Urbanização de Joinville.

Assumindo a responsabilidade da verdade jornalística e a confirmação de fatos, os moradores confirmam que o caso foi resolvido, produzem a foto e, com esta atitude, indicam que o jornal não precisou “checar” com sua equipe profissional o caso. “Os moradores confirmaram a recolocação da placa e esperam que essa incidente não se repita mãos na via”, diz o texto no contraponto. (A NOTÍCIA, 2011c).

A página ainda revela outras quatro fotos de arquivo pessoal/álbum de família em que leitores revelam detalhes de sua vida pessoal, como uma ida ao zoológico e à praia, na seção “Flash”. Há, ainda, uma coluna com o título “Comentários”, resultado de uma ação provocada no site de A Notícia. “O AN.com.br” perguntou: O que você acha das mudanças na forma de pagamento da Zona Azul?”. (Id.Ibid.). Cinco respostas que chegaram pela página online migram para o impresso, em primeira pessoa, dentro do gênero opinativo e com texto pessoalizado. É um recurso possível graças à conversação entre as duas mídias (impresso e online) e que sugere uma fórmula já consolidada do jornal para estimular a produção de conteúdo com potencial de transitar entre meios online e off-line.

Em “Memória”, seção destinada a recordar fatos históricos da região, outra participação foi verificada. O leitor Emilio Klaas Jr. enviou imagem de seu acervo em que mostra uma casa antiga de dois pisos. Mesmo tendo sido editada pelo jornal, a nota é incompleta: não há informações que apontem nem mesmo a cidade onde o imóvel se situava, tampouco se a construção ainda está de pé e a época.

O texto é meramente descritivo, o que seria dispensável já que a informação que a imagem carrega, como a quantidade de janelas, portas e proximidade com a rua, pode ser facilmente compreendida. “A imagem desta segunda-feira foi enviada pelo leitor Emilio Klaas Jr. Ela mostra uma casa muito bonita, de dois pisos”. (A NOTÍCIA, 2011c).

O leitor não recebe nenhum dado essencial – como indicação da localização ou a quem pertencia o imóvel – para compreender a imagem, tornando a publicação aparentemente irrelevante dentro de um jornal que, tem a obrigação nata informar, mesmo em seções deste tipo. Só na edição do dia seguinte, é que a imagem é esclarecida, quando o público a identifica, como se verá a seguir.

6 DE SETEMBRO – Terça-feira

Em fragmentos de texto diluídos entre a autoria do leitor e a do jornalista e em imagens, a colaboração do público aparece mais densa como alertas, pontos de vista de lembretes na coluna “AN.portal” da edição, nas páginas 2 e 3. A primeira delas está na

fotografia principal da página, enviada pelo leitor-repórter Gilberto Gadotti. Ele retrata o assoreamento do rio Cachoeira em Joinville através de uma fotografia com bom enquadramento e valor informativo, pois revela pequenos barrancos de areia ao longo do curso do rio e o nível raso da água. O colunista usa o título “Quase sumindo” na breve descrição da imagem, e reforça que a contribuição denuncia uma situação preocupante, entregando ao colaborador a tarefa de noticiar: “O professor Gilberto Gadotti Junior mostra trecho do rio Cachoeira, em Joinville, em momento de maré baixa. A imagem mostra como o rio está assoreado”. (A NOTÍCIA, 2011d). Evidencia-se que o público, nesse caso, assumiu a função de revelar um panorama atual a respeito de um assunto que o intriga, e que é de interesse público.

Na sequência, ainda na mesma página, leitora elogia a iniciativa de a prefeitura fechar uma das ruas da cidade aos domingos para lazer dos moradores. Porém, ela vai além e constata uma realidade que merece atenção: “Mas, como está aparecendo cada vez mais gente, ela sugere melhorias. O pessoal precisa recorrer aos banheiros da Câmara de Vereadores, onde não teria água aos domingos”. (Id. Ibid.).

O jornalista, que demonstra não ter checado a informação trazida pela leitora, tem o cuidado de deixar “em caráter duvidoso” a afirmação da falta d’água, sob pena de não ser verdadeira ou precisa. Na nota “Nada, ainda”, o papel do leitor está em questionar sobre obra e pavimentação, em São Francisco do Sul, assunto que foi trazido na edição de domingo, também por outro leitor, que ainda produziu foto, como foi mostrado naquela análise.

Coube ao colunista responder à reclamação do morador, demonstrando o papel do jornalista em apurar informações atuais e ampliá-las. “O Ervino não chegou a ser anunciado, mas outras pavimentações da Costa do Encanto (Estaleiro Gibraltar, Estaleiro) tiveram ordens de serviço lançadas e até agora nada”. (A NOTÍCIA, 2011d). O diálogo entre leitores, mediado pelo colunista, também se repete na nota “Não vai adiantar”, na qual um morador contraria a opinião de outro leitor sobre mudanças no trânsito. A nota traz uma autoria partilhada, condensada entre o público e o jornalista

Encartado na edição, o caderno mensal “AN na Escola” é um modelo de produto colaborativo intenso – fruto de projeto entre o jornal e as redes municipal e estadual – e que requer as mãos dos jornalistas na tarefa de organizar e completar sentenças, como títulos, legendas e pequenas notas, o que não desmerece a particularidade do produto jornalístico, um modelo instigante de produção cidadã.

Em vez de trazer uma infografia profissional, quem desenha as ilustrações são os leitores, em temáticas muito distintas, mas cuja produção tem autoria exclusiva dos

“repórteres-mirins”, o que ratifica uma narrativa de proximidade e identidade com o público-alvo. Literalmente, os estudantes se vêm na produção, através dos trabalhos publicados.

Ao longo de 12 páginas, estudantes de várias escolas do município ilustram o que seriam reportagens didáticas. A intenção é clara: procuram estimular hábitos saudáveis, ocupando a função de matérias tradicionais, com linguagem formal e com a conotação “para adultos”.

Na capa, o estudante Jonatam Junior Machado, de 14 anos, é quem assina o desenho em que aparece um aluno por cima de um mosaico de várias modalidades esportivas. A manchete corresponde: “Só faz bem”, tendo ao lado uma linha fina que completa: “Em grupo ou individualmente, praticar esporte é escolha saudável”. (Id. Ibid.).

Na verdade, o tema esporte é o assunto do mês, conforme fora anunciado na edição anterior, em agosto. Na página 2, além de dicas de livro feitas por colunista do jornal, estão notas curtas que anunciam os temas das edições de outubro (“O meu meio ambiente”), novembro (“Marcha Verde!”) e dezembro (“Manchete do ano”), em uma tentativa de convocar à produção, de pautar os estudantes.

Como ocorre em outras seções em que a produção é essencial, o caderno publica um texto de orientação que regulamenta e fixa regras, incluindo explicações sobre *deadline*. O convite à participação – apesar das normas e convocações previamente estabelecidas entre as escolas participantes – é reafirmada no texto explicativo da coluna Mural:

Você trabalha ou estuda em uma escola participante do programa AN na Escola? Envie contribuições para a seção Mural por meio do annaescola@an.com.br. Tudo o que acontece de bom na sua escola nos interessa. Não esqueça de mandar o material dentro do prazo-limite de envio dos trabalhos. Confira as datas ao lado e participe! (A NOTÍCIA, 2011d).

A primeira reportagem “Ande ou corra, saia do lugar” acompanhada da linha fina explicativa: “Com um passo de cada vez, você pode alcançar uma vida mais saudável”. Divulga nove desenhos em que crianças aparecem retratadas durante caminhadas e corridas. As imagens, identificadas por legendas com nome do aluno, idade, série e escola a qual pertence, ainda trazem mensagens que valorizam o tema. Em uma delas, o aluno escreveu: “Esporte é saúde. Sempre é bom praticar esporte, isso faz bem à saúde. (Id. Ibid.).

Nas duas páginas seguintes, a pauta é modalidade esportiva. O título “Golpes certos” conduz a narrativa sobre imagens que estimulam práticas esportivas de karatê, capoeira, boxe e tae-kwon-do. A edição jornalística completa o título com a linha informativa: “Todo esporte tem regras e exige disciplina. Só vale tudo na hora de vencer a preguiça”. (Id. Ibid.).

A pauta a seguir é “Caia na água”, seguida do subtítulo “seja na piscina ou no mar, mergulhe de cabeça na prática de um esporte”. Nela, os desenhos revelam crianças se divertindo ao nadar. Há ainda matérias de duas páginas como “Na quadra ou na praia” (prática de vôlei), “Pedaladas” (andar de bicicleta), “Movimento e arte” (dança), “Bola na cesta é ponto” (basquete), “Entre chutes e gols” (futebol) e “Vamos pular corda”. Em todas elas, os desenhos são identificados, o que pressupõe a valorização da autoria e a sensação de pertencimento dos estudantes como autores do caderno.

Os professores também têm espaço na publicação. É com contribuições de textos em formatos de artigos curtos que eles ocupam a página central, onde falam da importância da prática esportiva. A pluralidade de fontes (professores e alunos de inúmeras escolas) demonstra a intenção de o jornal “cobrir” o temário educacional por meio da colaboração, se fazer presente na comunidade escolar e ampliar o propósito de o jornal ser um educador.

Fica evidente que os leitores-repórteres mirins atendem a um chamado do veículo, que recolhe suas produções para seleção. Na sequência, cabe ao jornalista organizar o material, elaborar títulos e legendas e “montar” o caderno mensal, em uma produção com forte autoria do público, apesar do direcionamento editorial, que impede que os leitores criem a seu bel prazer.

Outra característica relevante da produção é a busca de aproximação – condição que parece evidente quando o jornal passa a fazer parte das tarefas da escola.

No restante do jornal, a produção amadora ocupa os mesmos espaços fixos que nas edições anteriores. No caso dos artigos, a presença apenas de autores graduados e pós-graduados e com elevada representatividade social reforça a ideia de uma seleção refinada de ideias neste tipo de conteúdo, que não é o foco do trabalho.

Os leitores demonstram fragmentos de sua vida pessoal na seção “Flash”, na qual são publicadas fotografias de álbuns de família apenas de crianças. As cinco imagens anunciam a passagem do aniversário de crianças com idades entre três e cinco anos, o que supõe a ação dos pais no envio de conteúdo. Os pequenos são identificados da mesma forma como nas seções já registradas. A redação, em determinados trechos, está em forma impessoal, em outros assume a narrativa da personalidade do leitor.

Contudo, é na coluna “Tem solução?” que o leitor-repórter aparece genuíno, em busca de soluções para problemas de sua comunidade e que o afetam de alguma forma, comportamento típico de espaços como este, que dão voz aos cidadãos. Em vez de apenas reclamar, porém, os leitores também informam.

No texto que revela uma obra interrompida há um ano no bairro Jardim Paraíso, o leitor Rolf Otto é pontual: denuncia que a praça e a calçada que a cerca foram esquecidas pela prefeitura e, ainda, o descaso representaria risco aos moradores, já que fios elétricos da obra estão caídos no chão. É dele a foto, com boa resolução e teor informativo, que mostra a construção incompleta de uma calçada no bairro, em um exemplo de motivação de interesse público. Aqui, o morador não procura resolver o seu problema. Pelo menos, não é isso que fica evidenciado.

O contraponto que confirma o caso e as versões dadas pelo leitor (tarefa que ficou a cargo do jornalista) demonstra que o colaborador agiu com responsabilidade ao trazer a público um caso verdadeiro. Isso fica comprovado quando o porta-voz da secretaria responsável pela área admite que as obras estão paralisadas, por conta de um desacerto com a empresa terceirizada que fazia o trabalho. Porém, a missão de buscar a explicação e dosá-la, apresentar uma informação equilibrada, foi delegada ao jornalista.

Por último, aparece registrada em “Memória”, a interferência do leitor no esclarecimento de uma informação. Na edição anterior, a imagem da mesma seção estava incompleta, pois não indicava de quem era o imóvel apontado na imagem e nem sua localização. O colunista identifica alguns leitores pelo nome que “acertaram” ao dizer a fotografia mostrava a casa do pastor Dauner. Pela redação, entende-se que o jornalista tinha acesso a essas informações, mas furtou-se a fornecer na coluna anterior esperando que o público as fornecesse. No entanto, isso não fica claro, afinal, ele não faz referência alguma e tampouco pede que os leitores “desvendem” a charada.

Já na coluna do dia, em outra foto, ele não comete o mesmo descuido. “A imagem desta terça-feira mostra um estabelecimento que, quando foi feita a imagem, estava fechado. Quem souber que lugar é esse, pode responder”. Neste tipo de narrativa, que procura testar a memória dos leitores, a convocação para participação e envio de informações é manifesta.

7 DE SETEMBRO – Quarta-feira

A primeira colaboração de leitor da edição está na “AN.portal”, em uma produção onde o colaborador esteve diretamente envolvido. As duas imagens de sua autoria são decorrentes de incidentes no trânsito, nos quais teve prejuízo. Portanto, há um traço de protesto na intenção de noticiar o caso, embora não seja explícito no texto.

A primeira imagem mostra um bloco de concreto que separa as pistas, parcialmente destruído depois que o carro do motorista atropelou o objeto, segundo ele (dentro da narrativa

do colunista) quando tentava desviar de um caminhão. Na sequência, a outra imagem revela o mesmo carro, depois de consertado, novamente com problemas. Agora, com um dos pneus furados depois de cair em um buraco na rua Santos Dumont.

Novamente, os artigos publicados em “VOCÊ.leitor” tem a assinatura de articulistas com elevada escolaridade e representatividade social: o primeiro é de autoria de uma doutora em arquitetura e urbanismo e em parceria com a presidente do Conselho da Cidade. Em seguida, é outro arquiteto e urbanista quem escreve, precedido pelo terceiro colaborador, este, um aposentado. Como foi citado antes, a predominância de autores especialistas demonstra critério de seleção baseado pela profissionalidade dos participantes.

A vida pessoal segue retratada em “Flash” que, desta vez, mostra aniversariantes em momentos de alegrias e a vida a dois de casais que comemoram o tempo em que estão juntos. As homenagens não trazem informações novas e repetem o significado de que o público se legitima ao aparecer no jornal, ao publicar suas emoções, positivas, no caso, como em uma coluna social tradicional, porém, sustentada por anônimos cujo feito (noticiável) são meramente a demonstração de seus sentimentos.

A denúncia factual de depósito de lixo às margens da Rodovia do Arroz é trazida pelo leitor-repórter, Lauro Marquadt, em uma produção que atende ao caráter de interesse público. Ele enviou fotografia na qual registra o flagrante do acostamento da via cheio de embalagens e papéis. O jornalista atribui ao colaborador a informação de que os responsáveis pelo depósito dos materiais seriam motoristas que costumam parar no trecho para lanchar e, depois, jogam o lixo no local. Preocupado com a situação, ele conta que a rodovia fica com o aspecto de desleixo e cobra providências, chegando a sugerir que os órgãos competentes verificassem a possibilidade de instalar lixeiras no local. O jornalista reforça sua competência ao buscar a resposta à reclamação do leitor, ouvindo versões para o caso do Departamento Estadual de Infraestrutura e Polícia Rodoviária Federal, fontes citadas no contraponto.

Embora não se trate de relatos que envolvam informação de valor informativo, a página ainda traz as cartas de leitores e comentários recolhidos do público a respeito das preferências entre editorias, pautas e colunas. Ali, nos dois casos, os participantes são identificados com nome completo.

O mesmo esquema de colaboração para a identificação de imagens de época acontece na seção do jornal. O colunista publica os nomes de leitores que comunicaram ter identificado o prédio onde funcionava uma padaria. Outra imagem, enviada pela leitora Thaís Torres Tavares, no entanto, já está identificada, com data, localização e assunto. De acordo com a coluna, a fotografia, de 1964, retrata o desfile cívico de 7 de setembro, no Centro de Joinville.

8 DE SETEMBRO – Quinta-feira

Duas fotografias, com crédito de arquivo pessoal, estão publicas em “AN.portal”. A primeira é um retrato do ponto de embarque do ferry boat de São Francisco do Sul. O leitor Carlos Alberto Dias envia a imagem ilustrativa – sem valor informativo factual, pois revela o cenário comum, sem alterações ou acontecimentos – para retomar um assunto que já foi tratado pelo jornal: a mudança do ponto para outro local. Ao publicar, o colunista aceita a recuperação do assunto e embarca na sugestão do leitor ao titular a imagem com o texto “vai ficando” (A NOTÍCIA, 2011f) como se dissesse “até agora nada”, questionamento que parte do leitor.

Na imagem seguinte, a que mais se destaca pelo tamanho e por ser colorida, mostra um céu azul límpido e flores amarelas. Puramente plástica, a imagem não se conecta ao universo do público porque é feita por um leitor que esteve em São Luiz do Maranhão. O título “É de agora, mas não é daqui”, expõe a possibilidade de divulgar a produção estética do leitor e o olhar especializado para o “diferente”, independente do fator “proximidade”.

O primeiro selo “Pauta do leitor” aparece na matéria especial da edição, com três páginas, e que, inclusive é a manchete do dia: “SOS na luta contra o câncer”. A reportagem que ocupa a cartola “AN.*destaque*”, narra, por meio de personagens e descrições estruturais das condições do prédio, a rotina sombria do ambiente em que são tratados dos pacientes atendidos na ala de oncologia do Hospital Municipal São José. O assunto, que ganhou a manchete do dia, é extenuado pela repórter, em uma narrativa dramática e que valoriza o fator humano e a vida. Procura demonstrar deficiências estruturais oferecidas pelo serviço de unidade de quimioterapia e, obviamente, levar ao debate público a questão, uma vez que a melhoria do local depende de ações políticas e administrativas.

Ao longo das três páginas da reportagem não há citação e nem indícios que ajudem a localizar uma eventual contribuição e interferência do leitor que sugeriu a pauta. A única e pontual marca é o selo de cor vermelha, diagramado logo abaixo da coluna principal (e à parte do restante do texto), sobre a fotografia de um corredor escuro do hospital, que ocupa toda a primeira página da reportagem.

As produções dos leitores são verificadas apenas nas páginas finais, onde o espaço é exclusivo deles, em “VOCÊ.*leitor*”. Os três artigos repetem a dinâmica de trazer um saber do público ratificado pela sua representatividade profissional ou social, em uma clara seleção elitizada. O primeiro texto, com o título “Despudorados”, recebe assinatura de um articulista

que é cientista político e professor. Ele faz uma análise da absolvição da deputada federal Jaqueline Roriz, flagrada recebendo propina em 2006. Opinativo, mas embasado, o conteúdo procura mostrar a fragilidade ética da política brasileira, em um desabafo cidadão.

Porta-voz oficial da Secretaria de Educação de Joinville, o secretário da pasta é quem expõe suas ideias no texto “Nossaville na Educação”, em resposta ao debate provocado na manchete de domingo, como foi mostrado na edição daquele dia. No texto, o autor aponta projetos e reafirma o compromisso da municipalidade na construção de uma educação de qualidade, posicionamento clássico de um representante oficial do poder. O último artigo, com assinatura de um arquiteto e urbanista, também aborda a polêmica “Nossaville x Buracoville”, no texto “Joinville, ame-a ou deixe-a”.

A coluna “Flash” reproduz cinco imagens pessoais dos leitores. Todas ilustram pequenos textos que trazem mensagens de felicitações enviadas pelos próprios familiares, conforme orientação. A página abriga ainda quatro cartas de leitores (entre elas uma que repercute a manchete de domingo) e textos de comentários sobre o jornal. Nove leitores, identificados com nomes completos, expõem preferências que têm no jornal, tornando público os hábitos de leitura.

Na sequência, a seção “Tem solução?”, é ocupada por queixa em que moradores reclamam sobre a falta de um ponto de ônibus na rua João Luiz de Miranda Coutinho. A narrativa apresenta o leitor Gilberto Santos como fonte, mas não há marcas textuais que indiquem de onde partiu a pauta, principalmente porque a foto que ilustra o problema foi produzida por fotógrafo do jornal.

9 DE SETEMBRO – Sexta-feira

A edição que traz a cobertura especial sobre as chuvas na região do Vale do Itajaí, reportagem que ocupa as páginas nobres 4, 5 e 6 de “AN.*destaque*” apresenta duas relevantes colaborações de leitores. A primeira é apenas um selo, mas que revela conteúdo em vídeo disponível no site do jornal. Em coluna destacada no início do texto, três tópicos resumem produção audiovisual disponível no site. Abaixo do ícone de um vídeo, está a informação de material produzido por leitor: “Cinegrafista amador registra momento da queda de barreira em Penha”. (A NOTÍCIA, 2011g). No site, no final da matéria, link leva o usuário direto para o You Tube, onde o vídeo de 20 segundos de está publicado. Até 30 de outubro, o material tinha 2.781 visualizações. O perfil ao qual está vinculado (ClicRBS Itajaí) mostra que a produção foi “subida” pela própria empresa, e não pelo usuário.

A seguir, na página 6, a imagem de abertura da página – no topo e ocupando a largura de cinco colunas, revela o rio Itajaí-açu, em Blumenau, mais de 10 metros acima do nível normal. A fotografia, possivelmente batida do alto de um prédio nos arredores do rio, revela a extensão do problema: o rio já lamacento – carregando o barro das encostas –, a ponto de transbordar nas margens, tendo dezenas de casas e possíveis de serem afetadas com a cheia. As duas produções, enquadradas como *hard news*, são informativas, carregam um flagrante e tratam do tema mais importante do dia, além de serem de interesse público, dado a amplitude do acontecimento jornalístico.

Como testemunhas oculares, os leitores-repórteres chegaram e/ou estavam em locais que os jornalistas não tiveram acesso, não naquele instante essencial. O público usou do senso de oportunidade para registrar um fragmento do que entendeu como noticiável ou espetacular. O exemplo demonstra que a exclusividade do material e a relevância dele podem ganhar espaço e complementar a cobertura.

Se por um lado os leitores foram “eficientes”, o jornalista aparece indispensável para colocar ordem e organizar o material junto à produção profissional. Sem a integração, o material amador ficaria, talvez, incompleto ao trafegar em uma rede social, por exemplo. O leitor foi pontual, um agente da ocasião, enquanto o jornalista necessitou usar de sua competência e habilidade para apurar os dados principais, como número de afetados, a análise de especialistas e a posição dos governos na assistência às vítimas. A profundidade na apuração e condensação de informações que se refletem em serviço para o leitor, ainda estão sob a guarda do profissional, embora, vez ou outra, o público o ajude, estenda a mão e lhe ofereça algo que ele não tem.

O caderno Anexo, de Cultura, traz outra produção de fonte interessada, porém não especializada. As fotos que ilustram a reportagem “Uma flor para curar a dor” são de autoria da artista local Adriana Volpi, que produziu, em Nova York, intervenções com sua arte. As três imagens, que revelam suas obras junto ao memorial onde ficavam as torres do World Trade Center, trazem ao conhecimento do leitor as peças e o cenário que as contextualizam. Neste caso, a colaboração é fundamental e informativa (interesse privado que ascende ao interesse público), ainda mais quando a distância entre o local do acontecimento e o raio de cobertura da equipe impede e/ou torna inviável a produção de imagens pelos fotojornalistas.

Em seguida, as produções amadoras repetem-se em colunas e seções nos espaços de “VOCÊ.leitor”. Os três artigos publicados são de autores com representatividade social e escolaridade elevada. Logo, ratifica-se uma seleção que valoriza a distinção pela trajetória/vocação profissional. “Um grande prêmio à inovação” é o título do texto que o vice-

presidente da Ciser Parafusos e Porcas escreveu, a respeito do prêmio que procura integrar a iniciativa privada e a universidade, criado pela empresa em que atua. Na sequência, economista ressalta a importância de se desafiar nos negócios com o texto “Empreendedorismo já”. Por último, bispo diocesano de Joinville relata um produz um texto sobre o valor do amor e da solidariedade em “Eu vos envio”.

Os leitores – e suas produções – reaparecem na coluna “Flash” em cinco fotos do público. Novamente, os textos são híbridos e são construídos em coautoria, como o exemplo: “Edmund fez níver no dia 4. Esposa e filhos desejam felicidades e muita saúde para o ‘Papadi’. ‘Beijos’”.

Com imagem produzida por fotojornalista, a seção “Tem solução?” mostra a reclamação de moradores sobre uma obra inacabada do bairro Anita Garibaldi. A fonte principal é identificada com nome completo e a ela é atribuída o fornecimento dos dados, sem indicar que o jornalista confirmou que o problema realmente existe. “Conforme o leitor Rogério Cassou, uma calçada foi destruída devido às chuvas de um ano atrás e, desde então, não foi consertada”. (A NOTÍCIA, 2011fg). O morador aponta riscos no trecho porque, quando chove, o local vira um lamaçal misturado com entulhos, oferecendo perigo aos pedestres.

O contraponto ao lado, fornecido pela Secretaria de Desenvolvimento e Urbanização de Joinville, informa que ainda será verificado pelo órgão se a informação é verdadeira. Se for, a promessa é que o proprietário seja notificado para que a conserte. A produção não traz sinais de colaboração direta. Reforça a preocupação dos leitores em resolver um problema pontual, que os afeta e, por isso, atenderia ao critério de interesse público, mas restrito. Um exemplo clássico em que o jornal é utilizado como um serviço público quando outras instâncias – aqui governamentais – teriam falhado ao deixar de fiscalizar.

A página ainda traz quatro cartas de leitores, entre elas uma que ainda repercute a manchete de domingo “Buracoville x Joinville”. O público também está presente em sete pequenos comentários nos quais narram seus gostos de leitura nas seções e editorias do jornal. Por fim, é em “Memória” que o público recebe cumprimentos por ter identificado ao colunista a fotografia publicada no dia anterior, onde estava retratado um desfile cívico de 1964. Ele lança outro desafio, ao publicar outra imagem, do Acervo Histórico de Joinville, para que os leitores arrisquem seus palpites.

4.4 DIÁRIO CATARINENSE

11 DE SETEMBRO – Domingo

A coluna “Visor”, escrita pelo jornalista Rafael Martini, é uma das seções que mais recebe participações e comentários dos leitores, em uma produção que aparece valorizada e estimulada pelo redator em um processo de coautoria textual e complementaridade. Na página 2, o leitor Felipe Carneiro sugeriu mais divulgação sobre os detalhes sobre os pratos servidos na Casa D’Agrônômica, residência oficial do governador do Estado de Santa Catarina. O jornalista informa que a nota foi um pedido dos leitores, e reforça o espaço que eles têm: “Como aqui quem manda é o leitor, delície-se”, referindo-se à foto feita por fotojornalista.

Trata-se de um tema que pode ser enquadrado como *soft news*, onde o leitor aparece mais como pauteiro e redator-colaborador do que propriamente autor, pois o colunista manteve seu texto, no qual a sugestão aparece tratada e editada, nos padrões editoriais “aceitos” e que regem a coluna e, por consequência, todo o jornal. No entanto, a pauta foi “cantada” pelo público.

Na página 24, destinada ao editorial, logo abaixo do texto que reflete a opinião do Grupo RBS, há a publicação de cartas, recebidas por email, que foram “provocadas” pelo jornal, em resposta ao texto “O terror e as liberdades”, publicado antecipadamente no site e, agora, reproduzido no impresso. São cinco cartas, três delas apresentadas com dois tipos de selos: “o leitor concorda” e o “leitor discorda”, uma estratégia de valorização que procura reafirmar a presença da identidade do leitor no jornal como figura central. Os textos demonstram claramente o gênero opinativo, em primeira pessoa, e reflexivo dos leitores em resposta ao editorial. Trata-se de uma estratégia que evidencia a integração e abastecimento de conteúdo entre impresso e online e que busca participação negociada.

O jornal ainda traz duas páginas espelhadas com seis fotos de leitores que flagraram os alagamentos provocados pela intensa chuva que atingiu o estado no mês de setembro. Creditadas, as fotos dos leitores aparecem localizadas no pé da página, tendo sobre elas, as imagens feitas por fotojornalistas dos jornais que cobriram a tragédia. A mensagem “As fotos abaixo foram enviadas por internautas ao diario.com.br e à página do DC no Facebook. Você também pode participar” (DIÁRIO CATARINENSE, 2011a) informa e funciona como um marco para diferenciar o que é conteúdo amador e conteúdo profissional.

As imagens, feitas por leitores/internautas dos municípios de Rio do Sul, Ascurra, Apiúna, Otacílio Costa e Ituporanga, têm elevado valor informativo, pois mostram casas, ruas e pontes encobertas pela água e ajudam a narrar a amplitude do fato, revelando que os leitores estavam em locais de difícil acesso que talvez as equipes de repórteres não tenha acesso ou conseguido chegar a tempo. Apresentam boa qualidade técnica (enquadramento e foco), por exemplo, e estariam classificadas na editoria de *hard news*, além de atenderem ao interesse público e serem atuais (factualidade).

A produção dos leitores-repórteres também tem espaço na página 32, mesma do “Diário do Leitor”. Entre cartas que retratam a opinião dos leitores (enviadas por email e também entregues via correio), há uma área destinada à “Foto do leitor”, que busca valorizar registros especiais feitos pelo público. Uma barra de conteúdo destacada por fundo cinza no final da página, com letras menores do que a do texto, ensina como o público pode participar, regradando a colaboração:

As cartas devem ser endereçadas à seção Diário do Leitor com nome, profissão, endereço, número de identidade do remetente e telefone para contato. O texto não deverá ter mais do que 660 caracteres. O Diário Catarinense reserva-se ao direito de selecioná-las e resumi-las para publicação. Publicadas ou não, as cartas não serão devolvidas. Email: diariodoleitor@diario.com.br Fax (48) 3216-3515. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011a)

Neste dia, a leitora Eliane de Moura registrou um pôr do sol na Praia do Abrigo, em Florianópolis. A imagem é meramente plástica e ilustrativa, de uma paisagem, sem interferência de rupturas ou algo extraordinário. Está ali por sua beleza e por retratar um *frame* do dia, reforçando o caráter de que a cidade produz belos cenários (*soft news*). No topo, o recado do jornal para o leitor, reafirma o discurso da participação e estimula a produção de conteúdo: “Fotos curiosas de paisagens ou flagrantes do cotidiano, podem ser enviadas pelo email diariodoleitor@diario.com.br”. (Id. Ibid.).

Outra forma de participação no espaço dedicado ao leitor é a seção “Debate DC”. Lança-se uma pergunta para que o leitor se posicione, exigindo dele a ação para produzir no ímpeto da intenção provocada. Na edição, o jornal quer saber: “Você acha que o governo evoluiu na capacidade de prever enchentes e de prevenir ou atenuar seus efeitos?”. (Id. Ibid.). Para contribuir o público deve mandar seus textos por email, mas não fica restringido a tamanho.

Embora não tenha relevância para descrever o processo de produção em jornalismo cidadão, a opinião de um grupo de assinantes, publicada diariamente, releva que o jornal faz questão de externar a opinião do público a respeito do produto, preferências por colunas e sugestões. Identificados com nome completo e cidade em que vivem, os leitores ali são considerados personagens relevantes na avaliação do conteúdo – ou pelo menos o veículo tenta forjar isso – reforçando laços de identidade e até mesmo fidelização. As informações são extraídas pela equipe de *call center*. Portanto, não são espontâneas.

Em seguida, a coluna do jornalista Sérgio da Costa Ramos, na seção “Memória Catarinense”, também apresenta outra colaboração de leitor. De seu arquivo pessoal, Paulo Ramos Derengosky enviou uma foto de época, datada de 1912, na qual estava retratado o Regimento de Segurança do Paraná. Logo abaixo, a coluna destaca como os leitores podem enviar contribuições: “Fotos para a seção memória, devidamente identificadas e datadas, podem ser enviadas à editoria de Opinião. Para devolução devem trazer no verso o nome e endereço do remetente”. (Id. Ibid.).

12 DE SETEMBRO – Segunda-feira

Nessa edição, três imagens com crédito Divulgação ocupam a coluna Visor, demonstrando colaboração externa. A primeira mostra o Mercado Público de Florianópolis cercado por tapumes durante obra para recuperação do prédio em um dia de chuva. O colunista contextualiza que “mesmo com as fortes chuvas da semana passada, as obras de recuperação do Mercado Público continuam em ritmo acelerado”. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011b). Mas não cita, em nenhum momento, que houve indicação de leitor para tratar do assunto. Atual e informativa (pois releva o prédio em obras) a colaboração pode ser de fonte interessada (comerciantes) ou até mesmo profissional, mas de fora da equipe do jornal.

A seguir, duas crianças segurando desenhos ilustram a nota de serviço “Chance para ajudar”, que divulga evento beneficente. Também creditada como “Divulgação”, a imagem releva prováveis estudantes do Centro de Educação e Evangelização Popular (Cederp), entidade a ser beneficiada com a renda do almoço. Também sem traços de autoria da participação do público (exceto pela foto), a produção é informativa e expõe um acontecimento na agenda midiática, de interesse público.

Outras produções aparecem apenas nas últimas páginas do jornal. No “Diário do Leitor”, o espaço destinado à fotografia traz a imagem do Morro dos Conventos, em Araranguá feita pelo leitor Ênio Frassseto. A fotografia, do alto da montanha releva um

ângulo privilegiado da paisagem (como a seção pede), de um *frame* da vida pessoal, a revelação do álbum pessoal do leitor. Ainda na mesma página, é repetida a pergunta na seção “Debate”, da edição anterior, evidenciando três hipóteses: os leitores não colaboraram, o jornal está recolhendo opiniões para publicá-las em um apanhado especial ou irá selecioná-las para matérias e/ou reportagem em elaboração.

Em seguida, outra imagem, na página 39, na coluna de Cacau Menezes, retrata o uso de um terreno, anexo ao Restaurante Recanto da Sereia, em Itapema, usado como ponto de aterrissagem para helicópteros. Na legenda, o redator identifica o leitor e demonstra que se apropria de sua suas informações redigidas em tom crítico:

Leitor Guilherme Prates mandou foto clicada sábado, no terreno anexo ao restaurante Recanto da Sereia, em Itapema. O estacionamento do restaurante mais parecia um aeródromo. Do jeito que a coisa vai, como lembrou o leitor, daqui a pouco vamos ver o surgimento de flanelinhas de helicóptero. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011b).

Aqui, o público obtém um retrato curioso/inusitado de uma paisagem “corrompida” por um elemento incomum, uma alteração do cenário que confira à produção seu valor-notícia, afinal, a imagem traz algo novo, de inesperado, valores inerentes às notícias e perseguidos pelos jornalistas.

13 DE SETEMBRO – Terça-feira

Na edição que traz reportagens especiais sobre a reconstrução e limpeza das cidades do Vale do Itajaí atingidas pelas chuvas, a coluna “Informe Político”, escrita pelo colunista Roberto Azevedo, usa uma nota enviada pelo leitor-repórter Jaime Batista da Silva. Acompanhada de foto creditada ao leitor, a nota informa:

O flagrante feito pelo blogueiro Jaime Batista da Silva, em Blumenau, mostra o presidente da Vila Germânica, Norberto Mette, no palco da Oktoberfest. Munido de mangueira de bombeiro, Norberto lavou as calçadas do parque logo depois que as águas da enchente baixaram. É uma questão de honra para a cidade manter a festa, criada em 1984, nos moldes do evento em Munique (Alemanha), para comemorar a recuperação das grandes cheias que ocorreram por dois anos consecutivos. Para quem desconfia da determinação blumenauense, pode marcar no calendário: dia 6 de outubro tem chope à vontade, muita musica e traje típico da Baviera. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011c).

A imagem foi publicada no blog do autor no domingo, mas somente utilizada na edição de terça-feira do jornal. O caso demonstra que o leitor-repórter tem clareza quanto à atualidade e relevância e soube “enxergar” um flagrante inusitado que demonstra a cidade se reerguendo, em renovação, após as enchentes. Porém, em seu blog (imagem abaixo), a fotografia é acompanhada apenas de uma legenda, o que demonstra que o colunista do jornal teve de apurar informações para justificar e embasar a nota, e editá-la.

Nesse caso, o aprofundamento e a contextualização profissional foram indispensáveis para tratar o conteúdo enviado pelo leitor e trazê-lo ao jornal. Em uma autoria baseada na coautoria, onde prevaleceu a competência específica do jornalista, expõem-se a característica essencial da complementariedade na produção amadora para reforçar a qualidade da informação.

Na página dedicada ao “Diário do leitor”, o espaço “Foto do leitor” traz uma imagem de um flagrante ambiental: o leitor Fredolino Antonio David apresentou uma fotografia que mostra uma cobra em seu jardim. O texto, em primeira pessoa, diz: “Depois de passar uma tarde passeando pelas árvores de meu jardim e do pomar de minha casa de praia no Mariscal, em Bombinhas, esta cobra do gênero *Chironius* resolveu pernoitar em uma das pitangueiras”. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011c).

Por ter identificado o animal, supõe-se que o leitor tenha um conhecimento específico sobre a Biologia ou, ao menos, necessitou pesquisa para fazê-lo. Informal e sem interesse público, o caso atende à evidência de que a vida pessoal do leitor e suas percepções do que é “interessante”, também são “interessantes” no temário da pauta no jornal.

Além das cartas e da opinião dos assinantes a respeito do que mais gostam no jornal, a página do leitor repete a pergunta das duas edições anteriores. Estranhamente, ainda não há indicação do “status da participação” ou de que forma o conteúdo será aproveitado.

Na seção “Memória Catarinense”, o leitor Rocelito de Souza Coelho enviou fotografia de época, de seu arquivo pessoal, que retrata o transporte aéreo da empresa Sadia, clicada em Concórdia no ano de 1958. Nota-se a relevância em exaltar a memória do leitor e seu acervo, material dos quais o jornalista não tem acesso no dia a dia com facilidade, afinal, tratam-se de conteúdos de valor afetivo e muitas vezes esquecidos e, ainda, que estão fora da pauta do dia.

14 DE SETEMBRO - Quarta-feira

Três imagens de um flagrante de jornalismo cidadão estão publicadas na coluna Visor. Mostram momentos distintos de uma blitz policial na qual o líder do governo na Assembleia,

deputado Elizeu Mattos, foi flagrado com um veículo dotado de película irregular nos vidros. As imagens acompanham o crédito “arquivo pessoal”, evidenciando que não se trata de uma produção de jornalistas (não de dentro da equipe).

Porém, em nenhum trecho da nota – que acompanha a sequência de imagens – está informada autoria e, também, se houve colaboração nas informações que compõem o texto. As imagens publicadas no dia seguinte ao fato, demonstram que o colaborador esteve atento à atualidade do assunto inusitado e de interesse público, já que se trata de personalidade do cenário político.

Outra imagem com crédito de Divulgação revela um grupo de colegas de trabalho, de Santa Catarina, que participariam da montagem dos palcos piromusicais no Rock In Rio. Os três posam em frente ao local, confirmando a presença catarinense (localismo). A imagem é factual e reforça o apelo de o jornal dar destaque (e cobrir) aqueles que têm ligação territorial/geográfica com o Estado. Tanto é que o título valoriza isso: “SC na Cidade do Rock”.

Em “Informe Político”, as duas imagens publicadas também trazem o crédito “Divulgação”. A mais emblemática e inusitada, mostra o vereador Napoleão Bernardes (PSDB) em estúdio da Rádio Clube, de Blumenau, durante as enchentes de setembro. Ele foi uma das pessoas que ficou ilhada no prédio. E, ao longo três dias, ajudou nas transmissões de serviço público na cidade. De acordo com o colunista, “fez um trabalho de utilidade pública e garantiu que não pensou na visibilidade política, apenas ajudou sem dar opinião como parlamentar”. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011d). Aqui, o jornalista faz uma narrativa crítica para justificar uma possível colaboração interessada em benefício próprio.

No espaço dedicado à “Foto do leitor”, o leitor-repórter Marcos Quint registrou um grupo de baleias-francas no costão da Praia do Santinho. Não há informação sobre a data do “flagrante”, mas a imagem releva um momento raro, quando uma das baleias se aproximava da orla, assunto que seguidamente é pauta na mídia dada sua baixa frequência. O tema se enquadra em flagrante na linha *soft news*.

A tentativa de captar opiniões dos leitores a respeito do mesmo assunto - “Você acha que o governo evoluiu na capacidade de prever enchentes e de prevenir ou atenuar seus efeitos” (Id. Ibid.) - é republicada na edição analisada.

Já na seção “Memória Catarinense”, o leitor Paulo Ramos Derengosky responde ao chamado que procura recolher colaborações dos leitores. Ele enviou uma fotografia colorida da década de 90, do corredor de tropas de Lages, a mais longa construção contínua do Brasil, em que aparecem grandes pinheiros.

Outra coluna a receber imagem de leitor, com crédito de arquivo pessoal, é a de Cacau Menezes. Nela, leitor o Adilson Bertoldi aparece ao lado de uma celebridade, o jogador de futebol Juninho Pernambucano, posando como fã. A legenda ainda relata que o colaborador teve a sua BMW submersa na recente enchente no Vale do Itajaí, evidenciando sua condição financeira e, por estar na coluna, destaca fazer parte da alta sociedade.

15 SETEMBRO - Quinta-feira

A coluna Visor, mais uma vez, aparece como ponto de participação dos leitores. A principal foto de abertura da página 2, mostra o flagrante de um leitor, porém, trata-se de um jornalista como o redator mesmo identifica, mas de fora da redação. O colunista escreve:

Entre tantas imagens da reconstrução de Rio do Sul, talvez o flagrante do jornalista Frutuoso Oliveira resuma o sentimento na cidade. Mesmo suja pelo barro, a bandeira do Brasil, está lá, fixada em frente à residência que foi devastada pelas águas, num sinal claro de que o brasileiro, antes de tudo, é um forte. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011e).

Embora a imagem não retrate um fato jornalístico factual, revela desdobramentos das enchentes e pode ser categorizada como *hard news* e de interesse público, dado o número de pessoas afetadas pelas cheias. Outra imagem, também produzida por fotógrafo profissional revela um treinamento de combate a incêndio realizado por servidores do Centro Administrativo de Florianópolis. A imagem tem valor informativo e de interesse público – pois anuncia que funcionários da municipalidade realizam atividade de prevenção – mostra um homem com roupas de proteção usando um extintor diante das chamas.

Também creditada como “Divulgação”, a imagem que ilustra protesto da Polícia Civil de Santa Catarina por aumento de efetivo, expõe uma faixa pendurada em frente à delegacia do município de Penha, trazendo à tona um tema de interesse público e atual. Sem ela, a reivindicação não teria o mesmo impacto, pois demonstra a organização de um movimento com identidade e reivindicações pontuais, trazidas na faixa.

Na editoria de Esportes, duas outras imagens ajudam a fechar a pauta. Com o título “Memória” – uma espécie seção especializada – fotografia de arquivo pessoal (sem identificação do leitor) mostra em formação e o time do Clube Atlético Catarinense de 1954, com os apelidos de cada jogador. A seguir, com o crédito de divulgação, está publicada fotografia de um jogador durante o Snooker Brasil Masters 2011, evento profissional que reuniu os melhores jogadores de sinuca do mundo em uma competição no Costão do

Santinho, em Florianópolis. A imagem mostra o atleta se preparando para dar uma das tacadas, tendo ao fundo apenas os vultos dos espectadores. Também é carregada de informação e factual. Apresenta o cenário do evento, a atmosfera e a reação do público.

A edição traz apenas ainda outras duas colaborações de leitores. E, novamente, são fotos. Na primeira delas (enquadrada na categoria soft news), seção “Foto do leitor”, o leitor Klaus Gast registrou o pôr do sol de Iporã do Oeste e Descanso. Na página seguinte, está publicada outra contribuição de leitor, na seção “Memória Catarinense”, na qual a foto mostra o aterro da Baía Sul, em Florianópolis, pronto para receber o Carnaval de 1984.

16 DE SETEMBRO – Sexta-feira

A fotografia principal que abre a página 2 na coluna Visor é de um leitor, como ocorreu em outras edições. O leitor Martinho Ghizzo clicou uma apresentação teatral do Palco Giratório, projeto do SESC, na praça XV, em Florianópolis. No texto de três linhas, mais próximo do que seria uma legenda, não há indicação de autoria do leitor-repórter sobre as informações divulgadas e também sobre a data em que a fotografia foi batida. Porém, o autor da coluna saúda a contribuição escrevendo “cultura popular é sempre bem-vinda. Martinho Ghizzo envia a foto...”. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011f).

Encartado na edição, o caderno Continente aparece como a maior promessa de jornalismo cidadão do Diário Catarinense, no projeto de cobrir assuntos cotidianos ligados ao social, ao bairro e à rua do leitor localizado fora da Ilha, na parte continental de Florianópolis e, ainda, nos municípios metropolitanos como São José, Biguaçu e Palhoça. O caderno, com foco no jornalismo hiperlocal⁹, atua como intermediador de uma nova forma de relacionamento estabelecido entre público e o jornal. A grande maioria das pautas é sugerida e enviada à redação pelos moradores, e muitas delas têm apelo opinativo que, depois de serem transformadas pela redação, recebem tratamento informativo. No caso desta edição, a manchete foi um compilado de denúncias e reclamações de moradores que foram publicadas de julho a setembro de 2011 na seção “Ficaria melhor, se...”, habitualmente localizadas na página 2 do Caderno.

⁹ De acordo com Lemos (2009), no Jornalismo Hiperlocal, as notícias têm maior apelo geográfico junto ao leitor/internauta. O usuário pode ter informações mais precisas sobre o seu local de interesse a partir de um cruzamento de notícias, por exemplo, dos jornais, dos blogs, do “Twitter”, da polícia, da prefeitura, etc. Quanto à dimensão do jornalismo hiperlocal (já que ele é sempre local), sua conexão, em primeiro lugar, está na oferta de informações em função da localização do usuário (sobre o bairro, a rua, a escola, o comércio ...) e, em segundo lugar, pelas características pós-massivas desse novo jornalismo onde qualquer um pode ser produtor de informação. “Essa é uma das tendências atuais do jornalismo: vinculação de notícias cruzando diversas fontes, oficiais, profissionais e cidadãs à geolocalização” (LEMOS, 2009, p.12).

A manchete traz uma foto do leitor Braulio José Ferreira, informando que ele havia mostrado, no dia 15 de julho, as condições precárias de um abrigo de ônibus. Ao lado, outra imagem, datada de 7 de setembro, comprova que até aquele dia o problema não havia sido resolvido. Um pequeno texto, ao lado da manchete, procura demonstrar os leitores como parte do processo de construção daquela pauta: Os leitores mostraram o problema. As autoridades prometeram a solução. O Continente conferiu e mostra que o foi feito até agora.

A reportagem central, com dez resumos de cada problema, revela o antes e o depois de cada reclamação dos leitores. No lide, os leitores, mais uma vez, ganham destaque por sua atuação no que sugere uma estratégia para deixar claro que suas contribuições, como pauta e alertas, têm voz no caderno. Todas as semanas, os leitores do Continente mostram o que gostariam de mudar em suas comunidades, bairros e ruas. Nessa edição, o caderno traz um balanço dos 10 primeiros Ficaria Melhor Se..., seção na página 2, onde a população tem espaço para mostrar seu problema. O resultado não foi o que queríamos mostrar. Apenas um problema foi resolvido.

Em nenhum dos casos, os leitores produziram as fotografias ou fica demonstrado que eles escreveram as notas. Pela padronização dos textos, a assinatura da repórter na matéria e o contraponto em cada caso, evidencia-se que os leitores atuaram mais como pauteiros do que como repórteres que apuraram e redigiram as notas. Em praticamente todas elas, os leitores são mencionados como uma fonte que deu alerta, seja ao repórter, ao vivo, ou por email.

A frase de orientação, no topo da seção Ficaria Melhor Se..., convida o público a participar, mas na forma de sugestões:

Mande sua sugestão de melhorias em obras e serviços para continente@diario.com.br. Logo em seguida, junto ao expediente do caderno, está outro convite ao leitor: Quer ver sua comunidade aqui no Continente? Mande um email para a editora Angela Muniz (angela.muniz@diario.com.br). (DIÁRIO CATARINENSE, 2011f).

O leitor-repórter ainda tem outras possibilidades de publicação nas páginas 2 e 3, nomeadas de Painel. A seção Como vejo minha cidade é dedica a uma foto principal – marcada com um selo gráfico – pelo qual moradores podem retratar (e serem fotografados pelo jornal) em espaços comuns e públicos, de lazer, esportes e diversão.

Na edição analisada, uma família foi clicada em uma praça, no município de São José, no bairro Kobrasol. O texto, em terceira pessoa, não aponta que o leitor colaborou com a redação. No topo da foto, outra mensagem procura estimular a participação: “Fotos de

paisagens ou flagrantes do cotidiano podem ser enviadas pelo email continente@diario.com.br. Porém, a foto deste dia, foi feita por fotógrafo do jornal”. (Id. Ibid.).

Na página 3, há a seção “Este é meu Vizinho”. Nela, também se espera que o leitor colabore, quando, ao lado do nome do espaço, aparece a mensagem: “Mande a foto do seu vizinho querido para continente@diario.com.br. Nesta edição, porém, a imagem foi produzida pela repórter que elaborou o texto como confirma o crédito”. (Id. Ibid.).

Outras três colaborações em fotografia foram aproveitadas na edição. Na coluna de Esportes, do jornalista Roberto Alves, leitor enviou foto em preto e branco de seu arquivo pessoal que narra a formação do time do Avaí em 1969. Na seção “Foto do Leitor”, a colaboradora Maria Cristina Bonazina flagrou pássaros em busca de comida, na Praia da Lagoinha. A imagem é recente, pois o texto que a acompanha faz menção às chuvas de setembro. Na seção Memória, o leitor Osni Machado mostra a foto da década de 1930, na região de Rio do Sul onde havia fábricas de louças na época.

17 DE SETEMBRO – Sábado

A primeira participação dos leitores na edição aparece na página 2, na coluna de Ancelmo Gois, que trata, do Rio de Janeiro, de temas nacionais e escreve para vários jornais brasileiros. Em pequena nota, ele comenta sobre o respeito à diversidade sexual, com base na foto enviada por leitora. A colaboradora mostra o banheiro “GLS” na sede da escola de samba Mocidade Unida de Jacarepaguá, na Cidade de Deus, capital carioca. Apesar de não atender ao quesito “proximidade” em Santa Catarina, o assunto é pitoresco e inusitado, merecendo o destaque do jornalista.

Outra nota na mesma página acompanha duas imagens com o crédito divulgação que informam sobre a nova pintura artística que a escola João Machado da Silva ganhou. A primeira revela os muros, agora grafitados com desenho e a segunda mostra um dos artistas responsáveis pela obra. O texto do colunista aprova a mudança e elogia a direção da escola em ter buscado a reformulação do aspecto visual. Porém, como ocorre com frequência, não é informada a autoria das imagens informativas e, conforme a coluna, recentes.

Em “Contracapa”, página assinada pelo colunista Marcos Espíndola, acontece o mesmo. As três fotografias que estampam a página destinada a divulgar exposições e ações culturais não trazem o nome do autor, apenas o crédito como divulgação. Na nota “Por que

me olhas”, o colunista divulga quadro de exposição a qual frequentou. Em seu texto, ele deixa claro que esteve no local: “Uma passada na exposição de Nestor Jr., na Cor e Galeria (em Santo Antônio de Lisboa), nesta semana, e me deparei com mais esta peça da série *Conexões Líricas*, de Scheila Liz. Fiquei Hipnotizado...”. (DIÁRIO CATARINENSE, 2011g).

Na sequência, a outra imagem mostra a capa de um álbum de banda local que seria lançado naquele dia. Já a terceira imagem ilustra a nota “Nova Casa”, em referência à inauguração de uma nova casa noturna dedicada ao blues e ao rock. A imagem mostra dois músicos, um em primeiro plano, durante uma apresentação. A banda retratada era a que abriria a casa. Nos três casos, as fotos vieram de fora da redação e, possivelmente, estavam de posse das fontes interessadas na matéria. Apesar de não haver traços que indiquem a autoria, as produções exemplificam a tendência de o jornal buscar do público (mesmo que especializado) material para compor a produção jornalística. Ao colunista, coube reunir, apurar as informações e, neste caso, marcar o seu selo de aprovação como indicações de agenda para o público.

Em “Diário do Leitor”, a narrativa das produções amadoras, se mantém em nove cartas, comentários dos assinantes, debate (a pergunta ainda é a mesma das edições anteriores) e na “Foto do Leitor”. Na seção, Evandro Badin mostra uma imagem de paisagem da Lagoa da Conceição de sua autoria, na qual o cenário indica uma mudança de cores e formatos por conta do inverno. O texto, em terceira pessoa, confirma a edição, distanciando o leitor da autoria. O flagrante, mais uma vez, valoriza o olhar do leitor para cenas do cotidiano, mas que interferem pouco na pauta do dia.

A última produção relevante é de arquivo pessoal de leitor não identificado. Ela ocupa a seção “Memória Catarinense” e mostra como era a ponte sobre o Rio Pelotas entre Santa Catarina e Rio Grande do Sul, de agosto de 1965. O colunista ainda informa que a construção (antes localizada na BR-101, que hoje é BR-116) não existe mais, pois ruiu depois das enchentes daquele mês.

4.5 - JORNAL DE SANTA CATARINA

19 DE SETEMBRO – Segunda-feira

Destinada à editoria de Opinião, a página 2 da edição traz, já no topo, informações sobre o blog “Opinião do Leitor”, com o chamado para acesso do público: “Leia mais cartas e artigos dos leitores do Santa em www.santa.com.br”. Abaixo, aparece o email para envio de conteúdo: leitor@santa.com.br.

Ao lado de um pequeno editorial, está a seção “Opinião do Santa” e, em seguida, a “Opinião da RBS”. As duas colunas centrais, do início ao final da página, são ocupadas por cartas dos leitores. Seis textos, sem indicação de como foram enviados, trazem informações e opiniões do público. Três delas abordam o tema Margem Esquerda, que trata da polêmica sobre demolições de residências às margens do Rio Itajaí-Açu.

Os leitores demonstram sua opinião contrária à decisão da prefeitura, em uma forma clássica da sessão de cartas do jornal. Ainda na mesma página, está espaço destinado a artigo. Na edição, o leitor da Univali usa o espaço para narrar a trajetória de 47 anos da Universidade do Vale do Itajaí. Os leitores também recebem instruções para participar do espaço. Uma pequena nota em negrito explica os procedimentos para envio de conteúdo padrão, em busca da otimização das participações:

Colaborações para Cartas devem conter no máximo 7 linhas (400 caracteres) e, para Artigos, no máximo 30 linhas (1.800 caracteres). Os textos devem ser enviados para leitor@santa.com.br com nome, profissão, endereço identidade e telefone. O Santa se reserva o direito de selecioná-los e resumí-los para publicação.(JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011a).

Em “Informe”, a coluna da página 3, pequenas notas funcionam como drop’s de informação factual, informativa e com traços de opinião, sob a edição do jornalista Valther Ostermann. A colaboração está estampada em diferentes momentos e, inclusive, diluída na autoria do colunista.

Na nota “Coisa de doido”, a colaboração de informação está explícita. Na íntegra:

De um leitor: – Valther, pensarão que sou maluco, mas sugiro mudar o curso do rio para evitar futuras enchentes em Blumenau. Bom, embora pareça, a sugestão não é coisa de maluco. Maluquice é acreditar numa obra de tal porte quando não conseguimos sequer guarnecer nossas barrancas ou consertar uma ponte em Gaspar. Isto aqui é Brasil, ó!. (Id. Ibid.).

Fica claro que o leitor opinou, mas a ideia trazida por ele foi contextualizada pelo profissional. A única fotografia do “Informe”, creditada como Divulgação e produzida por Élder Jonas Schreinber, mostra uma igreja, em Rio do Sul, parcialmente encoberta pela água depois da enchente que atingiu a cidade. Trata-se de uma imagem informativa e curiosa, pois a mensagem emblemática “Porque para Deus nada é impossível” escrita na fachada do prédio que não ficou submersa. A imagem inusitada inspirou o colunista a produzir seu texto. “Nem todo templo religioso é edificado acima da cota de todas as enchentes. Em Rio do Sul, a cidade mais atingida nesta cheia, acima das águas só permanece a mensagem de fé”. (Id. Ibid.).

Em pesquisa na internet, outras colaborações de fotografia factual do leitor foram encontradas publicadas em sites de notícias da região. Todas tratavam de temas factuais, demonstrando que, possivelmente, essa tenha sido extraída de algum blog ou enviada pelo próprio leitor, que revela ter interesse em noticiar acontecimentos, como um repórter-amador.

Na mesma página, foi publicada a pergunta para uma enquete. “Qual estrutura essencial deve sair imediatamente das áreas atingidas pela enchente?”. A mensagem “Opine em santa.com.br”, estimula que o leitor vá para o site do jornal deixar sua contribuição, em uma estratégia de audiência e geração de conteúdo entre online e impresso. A seção também publica o resultado da enquete anterior, conforme a participação aferida no site. Em resposta à pergunta “O que mais traria benefícios à reconstrução do Vale?”, 52% disseram ser a favor da liberação de verbas federais; 34% votaram na construção de moradias para ocupantes em áreas de risco e 14% optaram pela alternativa de liberação do FGTS para atingidos.

A coluna “Contracapa” da editoria de Lazer, que aborda pautas culturais ligadas à moda, cinema, artes e literatura, apresenta colaborações dos leitores como na foto de abertura, clicada pelo fotógrafo Eduardo Rocha. A nota informativa que acompanha a imagem plástica e sem caráter noticioso, mostra detalhes de uma porta e de um cadeado. Trata-se de uma das imagens que o profissional fez para sua exposição, tema da nota factual publicada na seção. Apesar de ser profissional, o leitor é o personagem na pauta, portanto, parte interessada na divulgação. Ao lado, também é informado o email da editoria, como uma porta de entrada para comentários, sugestões e envio de conteúdo.

A coluna “Almanaque do Vale”, espaço destinado à memória do Vale do Itajaí, apresenta uma imagem de arquivo pessoal do leitor Luiz Carlos Henkels. O texto explica que o homem que aparece na imagem em uma estação de trens é Rodolfo Sprengel, o primeiro agente ferroviário de Indaial. Ao lado, com o título Inimaginável, leitor Ademir Antonio da

Veiga publica poesia de sua autoria. Nos dois casos, a colaboração é fundamental para sustentar o conteúdo do dia.

O público recebe orientações de esclarecimentos para participar de maneira correta, o indica que ele é treinado a escolher e selecionar a informação que irá enviar.

As contribuições do Almanaque do Vale são publicadas sem custos. Fotos antigas com texto explicativo, poemas e demais colaborações podem ser enviadas para o email almanaque@santa.com.br ou por carta para a Rua Bahia, 2.291, Blumenau, CEP 89.031-002, com os dados completos do remetente e telefone de contato. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011a).

Logo abaixo, ocupado um terço de página, está o “Clique do Leitor”, uma área exclusiva do público, mas que, obviamente, para pela seleção e edição dos jornalistas. Como o nome diz, a coluna mostra os leitores em momentos de lazer e em companhia de seus familiares. Com textos em primeira pessoa, a coluna se parece como uma social do leitor, escrita por ele, mas filtrada pelo jornalista. Cinco pequenos textos-legendas trazem relatos de parabéns pela passagem de aniversário, gratidão e amor.

Em um espaço e demarcado, os leitores demonstram sua vida privada e seus sentimentos, em um evidente desejo de “se ver” no jornal. Uma nota explicativa de rodapé ensina o público a colaborar e a identificar material que tem mais chance de ser publicado.

A participação no Clique do Leitor é gratuita. As fotos devem ser enviadas com pelo menos 15 dias de antecedência, com texto e nome completo dos citados, para o email cliquedoleitor@santa.com.br ou por carta para Rua Bahia, 2.291, Blumenau, CEP 89031-002. Mensagens sem nome completo, número de identidade e telefone do remetente serão desconsideradas. Publicadas ou não, as fotos não serão devolvidas. As mensagens podem ser editadas para melhor aproveitamento do espaço. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011a).

Aqui, o que chama atenção é o fato de o jornal justificar o espaço como razão para edição em vez de também reforçar que é preciso zelar pela qualidade do conteúdo e precisão, valores caros para o jornalismo.

A contracapa apresenta ainda outro chamado ao leitor. Em uma das colunas, o jornal publica uma lista com as editorias, os nomes dos jornalistas responsáveis, número de telefone e email para que o público entre em contato, com o título “Fale com o Santa”.

20 DE SETEMBRO - Terça-feira

A edição apresenta sete cartas na editoria de Opinião, página 2. Os leitores assumem posicionamento sobre questões como clima, política, transporte e trânsito e impostos. Nenhuma tem caráter informativo ou traz denúncia, como foi verificado em outros jornais. Portanto, não são consideradas como relevantes para análise.

Apesar de também não ser diretamente ligado ao jornalismo cidadão, uma nota com o título “Obrigado”, na coluna “Informe”, para mostrar como se dá a interação entre o público e o já não mais tão fechado “mundo dos jornalistas”. O colunista diz que recebeu muitos agradecimentos por ter citado, no jornal, a importância do Clube de Radioamadores de Blumenau durante a enchente que atingiu a cidade. Ele responde, em uma tréplica: “Ora, nós, a gente do Vale, é que temos que milhares de motivos para sermos gratos”. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011b).

Na mesma página, a enquete “Se você ganhasse na Mega-Sena, em quanto tempo retiraria o prêmio?” A pergunta repercute, na verdade, uma pauta publicada na editoria de Geral, na qual mostra que, só 61 dias depois de ter sido sorteado, ganhador da loteria na cidade foi retirar seu prêmio.

A resposta à pergunta anterior (Qual estrutura de segurança do Vale necessitaria sair imediatamente das áreas atingidas pela enchente?) também foi publicada. Os leitores, online, votaram: 59% votaram em Corpo de Bombeiros; 18% Samu; 14% Hemocentro; 7% Polícia Militar e 2% Guarda de Trânsito.

O título “Passei por aqui” abre a seção fixa, no “Caderno Viagem”, que permite aos leitores que enviem imagens de suas viagens. O espaço, de meia página, traz quatro fotografias onde os leitores posam em destinos nacionais e internacionais. De Veneza, Itália, a leitora Maira Vizontanher, manda sua colaboração. Não há textos, mas apenas uma legenda que identifica o leitor. Exceto por uma das imagens, todas mostram viagens recentes, ocorridas no mês de setembro.

Neste caso, como em uma coluna social, o jornal reconhece a importância de divulgar fragmentos das vidas pessoais de seus leitores, mesmo eles sendo anônimos e não estarem envolvidos em eventos de caráter noticioso. As colaborações não têm valor informativo que, por exemplo, contextualize ou amplie a pauta trazida pelo caderno. Isso fica comprovado porque a reportagem de capa e página central travava da visitação às ruínas dos maias no México. Logo, não há ligação.

O elo é apenas a temática. Aqui, o que se pode extrair é que, ao reconhecer seus feitos e noticiar acontecimentos pessoais, é como se o jornal estivesse dizendo: “leitores, seu álbum de família e suas viagens também nos interessam. São importantes para nós”. (JORNAL DE

SANTA CATARINA, 2011b). Um argumento de convencimento e que persuade o leitor a participar, dada abrangência e vitrine que o jornal proporciona por sua circulação e tradição.

Não se trata de um caso de jornalismo cidadão, mas de um aproveitamento de conteúdo amador que, independente de seu valor noticioso, ajuda a “fechar o jornal”, a exemplo de outros modelos presentes no colunismo do jornal Hora de Santa Catarina e Diário Catarinense. Porém, o título “Passei por aqui” demonstra que o veículo legitima o olhar do leitor por terras desconhecidas.

O convite é didático, orientador e confirma seleção:

Participe da seção Passei por aqui. Envie fotografias da sua viagem para o email: viagem@santa.com.br ou por carta para Rua Bahia, 2.291, Blumenau, CEP 89.031-002 com nome completo, endereço, local da viagem, data da foto e telefone para contato. Publicadas ou não, as fotografias não serão devolvidas. A publicação é gratuita. (Id. Ibid.).

21 DE SETEMBRO – quarta-feira

Poucas são as colaborações dos leitores na edição analisada. Até mesmo nas seções onde mais costumam aparecer, são raros os indícios de produção. A coluna “Lazer” traz quatro imagens com o crédito Divulgação, retratando obras artísticas, uma modelo, a capa de um livro e um ator global. Não há referencia quanto à autoria, indicando, assim, que se trata de produções ligadas às fontes e/ou personagens.

Na coluna “Passe Livre”, de esportes, escrita pelo jornalista Claudio Holzer, há uma imagem do jogador Marlon Bendini, ligado ao futebol de Itajaí, durante duas férias na Europa, enquanto assistia a um Grande Prêmio de Fórmula 1. A imagem, somente creditada como Divulgação, não tem valor informativo elevado, pois apenas ajuda a relatar um momento de descontração de uma personalidade esportiva.

A colaboração do leitor está presente, com maior impacto e dimensão na penúltima página, onde estão as seções fixas “Almanaque do Vale” e “Clique do leitor”, espaços já consagrados pelo público e, jornalisticamente, destinados às suas produções.

Devaneio é o título de uma poesia de sete linhas escrita pelo leitor Ivo Hadlich – Sheik. A foto que abre a página, a principal, também de acervo de arquivo pessoal de um leitor. A imagem da década de 80 mostra o Estádio Aderbal Ramos da Silva, em Blumenau, antigo estádio do Palmeiras. O colunista identifica a origem do material: “Imagem: arquivo de Wieland Lickfeld e Adalberto Day”. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011c).

De novo, os leitores aparecem ajudando o jornal a contar a história da região em uma estratégia de proximidade com assuntos locais. Apesar de ter fornecido o material, o texto aparece tratado pelo jornalista, que usou de seu conhecimento profissional e ferramentas de apuração para aprofundar as informações a respeito do assunto.

Em “Clique do Leitor”, estão publicadas cinco imagens, todas de álbuns pessoais dos leitores. Com pontuação cuidadosa e tamanho padrão, os textos são em primeira pessoa, mas indicam que houve edição profissional. As mensagens não apresentam valor informativo de interesse público, pois abordam declarações e sentimentos dos leitores com familiares e amigos.

22 DE SETEMBRO – Quinta-feira

A edição comemora os 40 anos de circulação do jornal e, portanto, traz conteúdo específico e um caderno especial em celebração à data. Além das cartas que abordam temas como a polêmica da margem esquerda, o aumento do número de vereadores e carga tributária, a página 2 traz artigo “Blumenau carece de mais parques”. As duas áreas de colaborações já tradicionais – em espaços devidamente consagrados nos jornais impressos – não representam exemplos de relevância para a análise.

Em Informe, uma imagem-flagrante de um carro do Google Maps, estacionado em um posto de combustíveis de Blumenau foi enviada por fotógrafo de fora da equipe. Isso se justifica pelo crédito Especial informado ao lado do nome do autor. No entanto, apenas com esta informação, não é possível afirmar que se trata de conteúdo amador ou se o material foi produzido por *freelancer*. Em pesquisa na internet, a identificação do autor e sua profissão não puderam ser localizada.

A página divulga ainda o resultado da enquete do dia anterior, conforme opinião dos leitores do jornal no site. O pequeno infográfico, em resposta à pergunta “Em 40 anos, o Santa publicou inúmeras manchetes relevantes para o Vale do Itajaí. Qual é a próxima que você espera ler no jornal?”, demonstra que 54% dos internautas preferiram a opção BR-470 finalmente duplicada. Em 2º lugar, com 20% dos votos, o tema foi “Vale finaliza sistema de contenção de cheias”. Com 12% aparece “Outra”, 8% votaram em “Vale Elege Governador” e 6% “Metrô” está na série A do Brasileirão.

Muito embora a enquete não guie a pauta do jornal ou não seja possível acompanhar e/ou comprovar o aproveitamento do resultado, o exemplo reforça a tentativa de o jornal

convocar seus leitores, nas páginas, para discutir temas relevantes para a comunidade, levando em conta ou não sua opinião.

A participação em casos assim, apesar de raros, ilustra um diálogo entre público e jornalistas que já se tornou comum no ambiente online, em busca de se conhecer o “termômetro” do público: o que pensam e o que querem os leitores. O tema da enquete do dia era “De que forma você vai participar do Dia Mundial sem Carro?”.

Colaboração de pessoas especializadas reaparece na Contracapa do caderno “Lazer”. Das cinco imagens que acompanham notas informativas sobre cultura, três carregam o crédito Divulgação, e apresentam características profissionais, como enquadramentos, iluminação e produção, típicas desta editoria.

A primeira trata da apresentação do trio de música eletrônica *Life is a Loop* e não traz assinatura do fotógrafo. Em seguida, a outra fotografia mostra um modelo com uma cobra sobre a cabeça, ilustrando o texto que fala do lançamento da revista na qual ele aparece na capa. Agora, há informação sobre a autoria. A última imagem, com crédito para o fotógrafo, mostra a atriz global, Fafá de Belém, em um momento de descontração, ao falar para uma revista de circulação nacional. Nenhuma das imagens foi produzida pela coluna.

A edição apresenta ainda colaboração de fotografia na editoria de Esportes, na coluna “Passe Livre”. A imagem mostra a ginasta Alessandra Cunha dos Santos depois de uma vitória em uma competição internacional, segurando as medalhas. O texto factual, pois trata de um fato recente, não indica que houve produção e também não está registrada a autoria da imagem.

Outra nota com o título “Interagindo”, revela que o colunista destaca o alerta opinativo de um leitor sobre time da cidade. Traz e acolhe o que pensa o público que pode se enxergar no espaço. A nota diz: “Me parou um leitor na Rua XV e disparou: – ao invés de dispensar os jogadores, por que o Metropolitano não disputa amistosos com grandes times do Brasil? Seria uma forma de a gente ver os craques de perto, como no tempo do BEC?”. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011d).

Em “Almanaque do Vale”, a poesia do dia, assinada por Iracema Fiamoncini, fala sobre a chegada da primavera, aparece tradicionalmente, em uma valorização da produção intelectual dos leitores. O espaço “Clique do Leitor” não traz nada de novo. Cinco imagens, acompanhadas de breves declarações dos leitores, cumprem a missão de homenagear e agradecer pessoas próximas e da família. Títulos como “Dia especial”, “Meu amor” e “Parabéns, Artur”, são padrão na seção.

23 DE SETEMBRO – Sexta-feira

Das oito cartas publicadas na página 2, de opinião, uma também é informativa. Engenheiro agrônomo escreve com argumentos técnicos sobre a Rua das Palmeiras, onde árvores tiveram de ser derrubadas por conta de seu estado precário. Ele comenta que as árvores não estão velhas, mas sim sufocadas no solo impermeabilizado pelo concreto. E amplia: “Logo mais adiante, na frente da Igreja Luterana Centro, há duas palmeiras reais cheias de vitalidade, plantadas em 1808, quando foi colocada a pedra fundamental da igreja”. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011e). Apesar de ter caráter opinativo, o leitor, no entanto, acrescenta dados ao tema, que é recorrente no jornal desde que o caso foi descoberto, demonstrando conhecimento específico e especializado.

Em “Informe”, o resultado da Enquete anterior mostrou que em resposta à pergunta “De que forma você vai participar do Dia Mundial sem Carro”, os leitores preferiram a opção “Não vou aderir”, com 55% dos votos. Em 2º lugar, ficou “Vou andar de ônibus”, seguido por “Vou caminhar”, com 17% e “Vou utilizar bicicleta”, com 10%. Já a enquete do dia buscou a opinião do leitor a respeito do tema: “Que impacto na crise mundial sobre a economia brasileira você mais teme”. (Id. Ibid.).

Ao longo do jornal, não foi localizada nenhuma marca ou indício de participação extra nas reportagens. Os textos apresentam modelo jornalístico tradicional, demonstrando apuração e tratamento profissional, voz ativa e assinatura dos repórteres, sem indicação de contribuição do público.

Outra imagem publicada com crédito Divulgação, indica produção amadora. Mostra um time de bolão, na coluna “Passe Livre”. A fotografia, localizada no espaço “Clique”, registra o grupo em formação, com medalhas e bandeira, depois de ter vencido a Taça Brasil de Bolão Bola 16, em São Paulo. A nota é informativa, pois, além de noticiar a vitória, relata que o time disputará o Mundial da Bélgica, em 2012.

Já em “Almanaque do Vale”, quem revela material de acervo é o leitor Eduardo Pamplona. A imagem de seu arquivo pessoal, assim creditada, mostra uma procissão religiosa na Rua Bonifácio Haendchen no Bairro Belchior Alto, em Gaspar, em frente à Capela Sagrado Coração de Jesus, na década de 20. Ao lado, poesia Primavera II, do leitor Vivaldo Terres, ocupa uma coluna com extensão de quase meia página.

O espaço reservado ao “Clique do Leitor” apresenta cinco fotografias do público e de pessoas homenageadas por ele. As notas que acompanham as fotografias funcionam como

dedicatórias a pessoas estimadas do público. Com títulos como “Dia especial”, “Obrigada, amor!”, “Para Jéssica”, o jornal abre espaço e reforça, como foi dito antes, o culto à vida privada do leitor, em resposta a um interesse pessoal do público de se ver e se legitimar nas páginas.

24 e 25 DE SETEMBRO – Sábado e domingo

As sete cartas destinadas ao espaço de Opinião do leitor apontam características comuns: trazem mais opinião do que informação sobre temas como enchente, alta do dólar e parabéns aos 40 anos do jornal. Tradicionalmente, ao lado das duas colunas, há um artigo de leitor. Assinado por uma diretora de escola, cumpre a função de trazer um posicionamento embasado, mais extenso e argumentado sobre o tema que, no caso, era escola sustentável. Por se tratar de participações tradicionais e sem a intenção de noticiar um fato ou evento, mas trazer à tona uma discussão, uma voz distinta ao temário de assuntos condensados no jornal.

Em “Informe”, o colunista escreve nota motivado pelos leitores, que buscam apontar uma alternativa para o transporte na cidade, por meio da construção de linhas de metrô. A nota é como uma resposta articulada e posicionada do jornalista frente às considerações que os leitores fizeram:

Os leitores lembram à coluna que existem, na Europa, sistemas de trens suspensos. Tudo bem, existem. Mas as sugestões recebidas pela coluna, para a solução de nosso transporte público, eram de um metrô subterrâneo. Teria mais lógica se fosse subaquático. Ou suspenso, mas não foi o caso. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011f).

A resposta à enquete anterior (“Que impacto na crise mundial sobre a economia brasileira você mais teme?”), os leitores responderam na seguinte ordem: aumento no desemprego (51%); crescimento da inflação (37%) e elevação do dólar (12%). Acima do resultado, a nova enquete perguntou: “O que de melhor há na Oktoberfest?”. (Id. Ibid.).

Encartado na edição, o suplemento “Santa na Escola – uma aula de cidadania”, publicou trabalhos de pequenos leitores de Escolas Municipais que retrataram, em desenhos, a enchente em Blumenau. Um dos desenhos foi escolhido para estampar a capa do suplemento, e trouxe o nome da autora, sua escola e a data. Outros sete trabalhos foram publicados, destacando o olhar infantil sobre um acontecimento que marcou a região em 2011.

Na contracapa, mais quatro desenhos, de temas diversos, relevaram a produção na seção nomeada de Como vejo. Estranhamente, o especial não acompanha matérias que ajudem a contextualizar sua temática, como em um texto de abertura. Há apenas uma pequena entrevista com a estudante que pintou o desenho que mereceu a ganhar a capa.

Para um leitor desavisado ou que não conhece a história do jornal, ficaria difícil entender a razão da publicação e seus propósitos. No entanto, é possível considerar que o suplemento, que percorre as escolas da cidade, em busca da produção dos alunos, cria um espaço de diálogo mais próximo com a comunidade escolar. O jornal “entra” em um território complexo e fechado: o do público infantil e infanto-juvenil. Afinal, as notícias, em grande maioria, contemplam os adultos, têm linguagem formalizada e em geral trazem assuntos de baixo de interesse à faixa etária que acabam desconsiderando o universo dos pequenos leitores. Trata-se de uma alternativa para chegar a um público distante por meio da educação. A resposta aparece nas páginas, nos trabalhos dos alunos que ocupado mais de 90% do espaço de publicação, entre ilustrações e textos. Coube aos profissionais, apurar a autoria, redigir legendas, titular e produzir uma entrevista simples.

Apesar de trazer não trazer colaborações do público, a Coluna dos Clubes de Caça e Tiro chama os leitores à participação. Abaixo da arte gráfica que a identifica, está a mensagem: “Participe. Você também pode contribuir com o conteúdo para a Coluna dos Clubes de Caça e Tiro. Basta enviar sua sugestão para o email cct@santa.com.br”. (JORNAL DE SANTA CATARINA, 2011f).

Em “Passe Livre”, a seção “Clique” publica mais uma foto que leva o crédito Divulgação. A imagem informativa revela as jogadoras da equipe de vôlei feminino de Nova Trento no pódio como vice-campeãs das Olimpíadas Escolares Brasileiras. Já na página que abriga a coluna Almanaque do Vale, outra fotografia recorda como eram construções de 1950 na cidade. O material traz o crédito como “acervo de Carl Heinz Rothbarth”. (Id. Ibid.). O leitor divulga seu arquivo pessoal e ajuda o jornal a contar um capítulo da história, como a própria coluna postula. Com o título “Carta de Amizade”, ao lado, está a poesia de Odolivio da Silva.

Ao longo das 27 edições analisadas dos quatro jornais, procuramos, até aqui, demonstrar como a colaboração dos leitores ocorre, que características jornalísticas (ou não) ela apresenta. Também buscamos identificar de que maneira as produções amadoras podem ser enquadradas nas categorias de análise, evidenciando temas em que os leitores têm identificação e algumas estratégias usadas pelos veículos para estimular a participação na produção de conteúdo.

5 A COLABORAÇÃO NA VISÃO DOS JORNALISTAS

Neste capítulo, a partir de entrevistas semiestruturadas e realizadas dentro das quatro redações, o objetivo é conhecer as regras de participação e os filtros que os jornalistas adotam para selecionar o material gerado pela audiência, bem como a percepção que têm diante da proximidade com os leitores.

O diálogo com a audiência está firmado por meio de canais como e-mails, redes sociais e seções de colaboração. Temas como pauta, ética, checagem/confiabilidade, construção da pauta, flagrante, regras, limites, motivação, ética/técnica e produção fotográfica estão no centro do debate que discute a presença do leitor na produção de conteúdo, tenha este material valor informativo ou não, de entretenimento ou com caráter de pertencimento/exposição junto às mídias e, por consequência, junto à comunidade.

Vinte e cinco editores de área, fotojornalistas, colunistas, repórteres e editores-chefes refletem a presença dos públicos nesta participação, levantando vantagens, decisões e interseções arriscadas na tarefa diária de gerenciar o conteúdo enviado pelos leitores.

ALERTAS DO LEITOR

Colunismo partilhado e seções específicas de participação dos leitores são algumas das marcas do jornal Hora de Santa Catarina. Com forte apelo ao temário do local, à cobertura das comunidades e seus problemas, quase como uma ouvidoria, o veículo imprime, cada vez mais, uma estratégia de aproximação com os consumidores, pedindo a colaboração com foco na produção de conteúdo e alertas.

Conforme o editor-chefe, Sérgio Negrão, o público é decisivo no direcionamento da pauta e de alertas, que, no entendimento dele, boa parte servem de avisos que irão nortear a produção. “O leitor já entendeu que pode pedir pautas à redação. Pode ligar e dizer o que está na rua dele. Pode participar do “Pede-se Providência” e relatar por telefone o caso. Ele sabe que a reportagem irá verificar”, relata. (NEGRÃO, 2011).

A repórter do Diário Catarinense, Gabriela Rovai, avalia como essencial a interferência dos leitores, no papel de dar alertas, captar flagrantes e vigiar seu próprio bairro e rua – atribuições comuns aos repórteres. Mas pontua que, nestes casos, o jornalista tem de lançar seu olhar profissional para dar credibilidade e veracidade à informação, principalmente, adotando a checagem das informações trazidas pelo público. “Ter o leitor produzindo é um ganho para o caderno, um ganho para o jornal. E um ganho para nós, repórteres, já que um

assunto pode levar a outro mais amplo e relevante. Contudo, cada vírgula que vem de fora, tem de ser checada” (Id. Ibid.), defende.

Um caso particular de participação, no Diário Catarinense, que pode ser interpretado como alerta e/ou curiosidade foi o projeto “E daí?” – uma espécie de pergunta-reporta, cujo bordão publicitário foi criado para a comemoração dos 25 anos do jornal. Provocados por pela pergunta “E daí?”, os leitores podiam enviar sugestões de pauta e alertas sobre assuntos que julgavam merecem coberturas em editorias como Política, Economia, Educação, Esportes, Cultura e Polícia.

O jornal se comprometeu a responder às pautas. Segundo o editor-chefe do DC, Nilson Vargas, a proposta foi muito mais uma ideia publicitária de engajamento e pertencimento junto à audiência do que intencional e focada na geração pautas que envolvessem o saber do público, ou seja, procurando ampliar a produção de conteúdos jornalísticos com a mão do leitor. “Mas a coisa tomou outra proporção quando começamos a receber as perguntas. A pauta identificada pelo leitor pode render cinco linhas ou cinco páginas. Publicamos mais de 80 matérias” (VARGAS, 2011), revela. Até o dia 3 de novembro, o canal (*hotsite* específico) permanecia ativo na Internet.

Na editoria de Polícia do DC, o leitor demarca seu espaço na função de pauteiro e também da figura quem dá alertas a temas que podem render coberturas. O setorista Diogo Vargas aposta na formação de uma rede de informantes como abertura para a entrada do público como agente complementar nas pautas. É na checagem exaustiva e profunda que o jornalista enxerga o papel primordial do profissional, uma vez que confessa já ter sido alvo de inúmeros e-mails falsos dos leitores e com traços de difamação e acusações inverídicas, que demonstram o caráter pessoalizado da participação e motivado por valores que o jornalismo reprova. “Mas quando os leitores dão o alerta, é preciso checar e averiguar o caso. Geralmente procede. Diria que 80% dos casos têm caráter de verdade” (VARGAS, 2011a), relata.

O repórter recorda de um caso em que recebeu denúncia, de dentro da Polícia Militar Rodoviária, de que haveria uma indústria da multa. Na apuração, descobriu-se que a informação não era verdadeira. Pequenas irregularidades puderam ser verificadas e, por conta disso, a participação rendeu apenas uma nota. “Para conseguir averiguar o caso eu tive que ficar uma semana em cima do assunto, levantando dados com fontes. É aí que está o nosso papel”. (Id. Ibid.)

O volume de conteúdo enviado pelo público à editoria é baixo, na opinião do jornalista – e deveria aumentar. Perguntado sobre que motivos inibiriam esta participação, ele argumenta que, talvez, por receio de estar em situação que coloque sua integridade física e

moral em risco, o cidadão opte por se manter indiferente a um flagrante policial. “As pessoas ainda têm medo de denunciar, de se envolver, mas já há indícios de mudança, de evolução. Há muitas declarações em *off*. As pessoas não exercem sua cidadania plena” (Id. *Ibid.*), expõe.

Cleisi Soares, editora-assistente do Jornal de Santa Catarina, considera intensa a participação do público no alerta sobre assuntos que o jornal até então desconhecia, principalmente dentro da cobertura dos pautas hiperlocais. Porém, nas grandes reportagens ou casos de cobertura que exigem uma apuração mais complexa e aprofundada, a jornalista não vê o leitor como alguém que pode superar a experiência técnica e formação do repórter profissional – inclusive no envio de alertas. “Acredito que, principalmente, em pautas amplas o jornalista ainda se sobressai e deve ser assim. Para isso, oferecemos uma produção formal, uma narrativa especializada” (Id. *Ibid.*), declara.

CHECAGEM E VERACIDADE

A regra para toda colaboração que tem dado informativo ou denúncia, segundo editor-chefe do Hora de Santa Catarina, Sérgio Negrão, é a checagem para saber se o fato ou a circunstância tem veracidade. Mas ele admite que, dada a dinâmica do jornal e o caso revelado em si, é possível que o leitor envie conteúdo jornalístico sem que haja a necessidade de verificação se é verdade. Logo, se estaria conferindo credibilidade ao leitor. A respeito do futuro da participação dos leitores no veículo, o entrevistado aposta em maior empoderamento do leitor para que ele “se sinta parte do jornal, que saiba que ajudou a fazer aquilo que tem em mãos”. (Id. *Ibid.*).

Quanto aos riscos de colaborações falsas (fotos manipuladas, por exemplo), a jornalista Janaina Kalsing, do Hora, acredita que a redação tem estratégias eficientes que inibem este tipo de comportamento. Para Janaina, ao ter de enviar o endereço, o número do RG, telefone e profissão, o autor já se dá conta de que será identificado pela equipe e, portanto, assume responsabilidade pelo que remeteu. “É com isso que mantemos o vínculo e podemos realizar alguma eventual checagem. Não vejo riscos. Aliás, para mim, os leitores não agem como se fossem jornalistas. Eles colaboram. Isso é mito” (Id. *Ibid.*), opina.

Colunista de “Hora nas Ruas”, o jornalista Mário Motta, do mesmo jornal, avalia como positiva a participação do público e a produção de conteúdo. Ele comenta que costuma pedir aos leitores que produzam material como fotos e pequenos textos, conforme a proximidade dos temas com o público e o valor comunitário que as pautas possam ter. “Recebo muito material por email. Estimulo a produção de fotos e quase sempre o

leitor/colaborador responde positivamente. A participação é grande e com boa qualidade de informações” (MOTTA, 2011), revela.

A checagem também é mantida, mas o colunista revela que nem sempre é possível conferir *in loco* se a denúncia trazida pelo leitor é, de fato, verdadeira. “Busco aprofundar o assunto na internet, diretamente com o leitor que envia o material, e muitas vezes até me desloco pessoalmente para confirmar e constatar o que está sendo denunciado” (Id. Ibid.), informa.

Responsável pela seção “Tem Solução?”, a jornalista e editora de Opinião de A Notícia, Carolina Spricigo, avalia como indispensável a checagem do material que informa sobre problemas urbanos. Para ela, mesmo no caso em que uma fotografia revela um fato aparentemente inquestionável, não se pode abrir mão de confirmar, indo até o local, para conferir a credibilidade jornalística com que os demais assuntos são tratados no jornal. “Tenho muita cautela com a colaboração. É rotina recebermos uma nota em que o leitor reclama e já aponta um culpado. Quanto mais apaixonados, menos verdade haverá no que narram” (Id. Ibid.), aponta.

Ela é contra a publicação de textos informativos produzidos por leitores. Em sua opinião, esta é uma tarefa que ainda pertence ao jornalista, que tem uma ética e um técnica próprias. Mas reconhece como relevante o alerta e o flagrante do público para ampliar o raio de alcance do jornal. Revela, por exemplo, que recebeu recentemente a denúncia de que há um bingo em funcionamento na cidade.

Graças ao contato, a investigação jornalística foi iniciada e houve a confirmação de que o leitor falou a verdade. “Se o cidadão fez uma imagem do fato, por exemplo, na hora que ele aconteceu, isso nos interessa. Iremos contatá-lo e pedir a autorização para usar o material com o devido crédito. Mas a contextualização e apuração ainda fica com a gente” (Id. Ibid.), defende.

Isabela Kiesel, editoria de política economia de A Notícia, avalia que a checagem e a desconfiança sobre o que é produzido pelo leitor, principalmente, na editoria de Política, precisam estar contempladas entre os requisitos de validação do material. “Tem de passar por nossa aprovação para saber se aquela foto não foi montada ou se há um esquema político por trás. Enfim, se houve manipulação. Em ano eleitoral, o cuidado precisa ser redobrado” (Id. Ibid.), admite.

Outra característica destacada pela editora é que atualmente, graças às redes digitais, é possível obter um misto de opiniões mais plural de repercussão dos os temas. É menos comum o jornalista sair em busca, na rua, de relatos opinativos a respeito de uma pauta. “As

opiniões chegam em maior abundância. E isso serve como termômetro para orientar a própria pauta. Se estão falando mais de um assunto, vamos averiguar por que esta reação acontece” (Id. Ibid.), analisa.

REGRAS, LIMITES E MOTIVAÇÃO

Quanto à motivação do público em participar (interessado em resolver um caso que lhe afeta ou preocupado com a coletividade), o editor-chefe do Hora de Santa Catarina diz que existem esses dois tipos de leitores. “Há aquele que tem maior consciência do bem estar coletivo e quer trazer algo à tona, mas também verificamos que existem os que produzem e avisam o jornal porque determinado problema lhe incomoda”, constata Negrão. (Id. Ibid.).

A premissa de que os repórteres são “os olhos da redação nas ruas” hoje é compartilhada com o público. A ideia de que o número de produtores colaboradores é muito maior do que a quantidade de jornalistas na rua é aceita e reconhecida pelo editor. Porém, pondera que o público leitor age (e produz) conforme a circunstância, sem o compromisso de quem faz da apuração das notícias um ofício, ou seja, de quem vive e tem como profissão o jornalismo.

Não consigo enxergar um limite para impor ao leitor. Ele pode apurar, reclamar, indicar, trazer informação... Acho que é nosso compromisso esclarecer ao público o poder que tem na mão para atualizar as informações do jornal. Temos à disposição centenas de milhares de olhos na rua, com os leitores. E estes olhos tem que ser poderosos. Quero dizer que devemos empoderar os leitores e mostrar como o leitor pode trabalhar junto ao jornalista para melhorar a cidade. O jornal foi construído assim, pensado na colaboração. Nosso projeto, por exemplo, de retomada do Conselho do Leitor está muito bacana. Em nossa 5ª reunião, temos recebido um retorno de algumas coisas que, sozinhos, não teríamos percebido. Estamos tentando trazer o leitor para dentro do jornal. No entanto, o jornalista tem seu papel também assegurado através da ética, da técnica, do filtro dessas informações. Mesmo sem querer, o leitor que produz conteúdo pode estar prejudicando alguém. É aí que o jornalista entra. (NEGRÃO, 2011).

Há dois meses no cargo de editor de Produção em A Notícia, Jeferson Cioatto ocupou, durante um ano e meio, a função de editor de Geral, onde as colaborações factuais aparecem com maior frequência no jornal. É lá também que, normalmente, o selo “Pauta do Leitor” é verificado. “O público pode ligar ou enviar um email relatando um caso. Por exemplo: o leitor foi a um posto de saúde e não tinha remédio. Ele conta isso para o jornal. Daremos o selo e, se quiser, ele será nosso personagem na matéria” (CIOATTO, 2011), esclarece.

É preciso valorizar, na opinião do editor, o “achado” do leitor. Se não fosse sua atitude de reclamar/contar ao jornal, talvez o caso não fosse descoberto. Na sequência, entra o jornalista em cena para apurar detalhes, buscar as versões e contraditório e tratar a pauta com equilíbrio, sem julgamentos que frequentemente impregnam o relato do cidadão, uma vez que ele é afetado diretamente pelo problema. “Ele será ou não identificado na pauta. Participará se quiser, claro. Mas o espaço não é entregue na mão do público. Ele colabora, mas somos nós que produzimos e apuramos” (Id. Ibid.), menciona.

A produção de conteúdo dos leitores no jornal é uma estratégia de participação já consolidada em A Notícia no veículo, mas ainda em evolução. Procura-se valorizar a opinião, presente em cartas e artigos, as fotos pessoais do público e suas percepções do cotidiano em uma política editorial que abre espaço à colaboração diariamente não apenas em seções fixas, mas também em casos particulares, como a manchete híbrida gerada a partir de artigos na edição dominical analisada.

A intenção de provocar no público a ideia de que o jornal deseja conhecer o que pensam os leitores e aquilo que produzem de informação, demonstra, na opinião do editor-chefe, Domingos Aquino, um produto que conversa com a comunidade em diferentes momentos. Logo, tem-se um noticiário partilhado. “Quando o leitor liga para o jornal ou envia um email sugerindo uma pauta, fizemos todo esforço possível para transformar aquele pedido em matéria ou reportagem. É uma decisão nossa, sim, mas a autoria inicial não é do jornalista” (AQUINO, 2011), explica.

Na avaliação do editor, seções específicas como “Tem solução?”, apesar de tratarem de assuntos diretamente ligados ao leitor – evidenciando uma preocupação/desejo individual – na verdade, alcançam a coletividade na maioria das vezes. A motivação pode ser pessoal (o leitor pensa no seu problema), porém o alcance da pauta é maior, afinal, o terreno, a rua ou a deficiência de algum tipo de serviço público não atingem apenas a pessoa interessada em reclamar e pedir a solução do caso usando como meio o jornal.

Quem assume esta tarefa de direcionar as produções e alertas é o editor de Produção. Ele avalia e faz a filtragem se aquela contribuição rende um “Tem Solução?” ou merece uma pauta com selo do leitor. Na seção de Cartas, nosso foco também é no local. Somos um jornal paroquial. Na atualidade, temos de levar em conta que o jornal não é mais a única praça de informação jornalística. Quando a gente menos espera, está sendo corrigido em um blog. Se você não abre espaço para o público, corre o risco de ficar altista. Sabemos que temos uma soberba. Nutrimos que nós sabemos o que é melhor para a comunidade. Só isso mudou completamente. Hoje, o leitor escolhe em uma linha industrial o que ele quer ler. Não quer mais ser massa. É claro que não é uma tarefa fácil esta de descer do pedestal e não há como contentar a

totalidade. Todos, inclusive eu, tivemos que repensar funções e posicionamento no jornalismo. (Id. Ibid.).

Editor de Opinião do Jornal de Santa Catarina, o jornalista Geraldo Ferreira acredita que quanto mais o leitor se vê no jornal, mais ele participa. No entanto, ele avalia que a redação ainda não está completamente adequada e apta para lidar com a o volume desta participação. A inexistência de um jornalista para centralizar as colaborações e dar direcionamento fragiliza a mediação entre público e jornal. “Já tivemos aqui uma colega que fazia isso. Mas, por questão de gestão, não há mais esta figura. É uma necessidade que envolve recursos, pessoal”. (FERREIRA, 2011).

Considera que a participação do público de maneira cada vez mais intensa nos jornais reflete outro cenário que não apenas a chamada abertura de canais de contato, mas, sim, a queda na profundidade das informações e a superficialidade da narrativa jornalística contemporânea:

A gente é sensível à participação. Nos últimos cinco, anos aumentou muito. Recebemos fotos, cartas (e metade delas é impublicável por trazer informações excessivas e acusações). Vejo hoje uma situação muito particular. A qualidade do jornalismo caiu drasticamente. E o que recebemos do público na atualidade não se difere muito do que os jornalistas produzem. Tenho a sensação de que o conteúdo que chega de fora – na voz de um advogado, de um especialista – é melhor ou igual ao do jornalista. O texto jornalístico caiu tanto de qualidade, de forma geral, que o leitor entende que consegue fazer um texto no mesmo patamar. As novas mídias vão mesmo democratizar este espaço da notícia. Mas temos de pensar bem aonde isso vai chegar. O culto às celebridades, a aceitação e valorização deste comportamento pelo jornal, afinal o jornal diz sim a esses conteúdos porque o leitor diz sim (que quer consumir esta informação), enfraquecem o jornalismo. Até que ponto o mercado e o leitor estão retroalimentando a futilidade? (Id. Ibid.)

PRODUÇÃO FOTOGRÁFICA

Na coluna “Amador Futebol Clube”, redigida pelo jornalista Michael Gonçalves, a participação do público é fundamental para auxiliar até mesmo o fechamento da página diariamente no envio de imagens. De acordo com o colunista, das três fotos publicadas todos os dias, pelo menos duas são produções amadoras enviadas pelos leitores, a maioria esportistas ligados ai futebol amador. “Não posso ser onipresente. Faço rodízio para cobrir

diferentes campeonatos amadores. Onde não estou, dependo do público para produzir. E isso, inclusive, vem também em texto”, declara.

Na avaliação do fotojornalista Caio Marcelo, do Hora de Santa Catarina, o jornal permite e aceita qualquer produção fotográfica feita pelo leitor desde que tenha relevância informativa ou possa preencher algumas das seções ou colunas. Para ele, depois da popularização das câmeras digitais, não há mais como competir com o flagrante, hoje feito por qualquer pessoa que se disponha a captar o instante de um determinado fato. Constata:

Se há um incêndio, por exemplo, em uma casa. Do lado, é bem provável que exista alguém com um equipamento que irá registrar o caso. Quando nossa equipe chegar, a melhor cena talvez já tenha passado e quem terá a imagem é o leitor. (MARCELO, 2011).

Nesse sentido, a alternativa para o profissional é buscar um novo ângulo ou uma leitura mais sensível do acontecimento, algo que a sua experiência e formação técnica podem conferir. A entrada da figura do público como produtor de conteúdo jornalístico dentro do jornal impresso, analisa o fotojornalista, obriga o veículo a se reinventar e apostar com mais criatividade na elaboração de pautas não tão factuais, mas com foco no serviço, na reportagem e na abordagem capaz de surpreender o leitor. Para o jornalista, a renovação é inevitável à medida que o noticiário e as pautas que revelam fatos novos deixam de ser centralizadas pelo jornalista. “É uma questão de otimização do trabalho. Se você não irá conseguir chegar a tempo no local do fato, o jeito é esperar que a colaboração se apresente. Vamos provocá-la. Criamos um vínculo e dependemos do leitor”. (Id. Ibid.).

No Diário Catarinense, a editoria de Fotografia é uma das mais impactadas pela produção amadora, principalmente na cobertura do noticiário *hard news*. Ao acaso, intencionalmente ou como testemunhas oculares, os leitores produzem bons flagrantes e cenas cotidianas. Independente do valor informativo, as imagens feitas pelo público merecem cuidado redobrado pela editoria, como defende o fotógrafo Émerson Souza, editor da área. “Já houve manipulação e nós quase publicamos”, revela.

A onipresença do público (ele está em todos os lugares e o jornalista, não) associado ao barateamento e facilidade de uso de câmeras digitais, inclusive em celulares, derrubou, em parte, a premissa de que o fotojornalista era o personagem a captar, unicamente, o dia a dia jornalístico. “Não há como brigar com isso. O leitor vai ter uma foto mais informativa do que eu, por exemplo, ao retratar um acidente porque chegou primeiro. Ao jornalista cabe, agora, fazer uma foto contextualizada” (SOUZA, 2011), opina.

Souza classifica o leitor como produtor de conteúdo jornalístico e acolhe a defesa de que o público ocupa uma tarefa que antes era exclusiva do fotojornalista. Para compensar o que ele chama de “caminho sem volta”, os profissionais, pouco a pouco, vão se tornando especialistas em imagem, isto quer dizer, atuando na produção de fotografias mais bem elaboradas (que requerem produção prévia) e em vídeos, o que está mais possível desde o uso de máquinas que captam fotografias e gravam vídeos simultaneamente. E ratifica: “o leitor conquistou um espaço no jornalismo que não se reverte mais. Assim, nós não trabalhamos mais tão focados atrás de um acidente, atrás da polícia e dos flagrantes. Ele vai fazer isso e nós vamos produzir” (Id. Ibid.), revela.

O conflito leitor e jornalista na produção já foi superado. Nós fotojornalistas tivemos que procurar outro caminho para garantir espaço, que foi e é termos nos tornado um profissional de imagem. Hoje um leitor consegue produzir uma foto de acidente de trânsito, mas não faz o vídeo com a qualidade que temos. E, além disso, a nossa visibilidade em plataformas para publicar este vídeo é infinitamente maior do que a de um usuário publicar em sua conta no You Tube. (SOUZA, 2011).

Na editoria de Geral do Jornal de Santa Catarina, o uso de imagens feitas por leitores-repórteres é frequente. A editora-assistente, Cleisi Soares, comenta que já existem cidadãos que se habituaram a cobrir eventos jornalísticos de maneira cotidiana, mesmo o site do jornal ainda não ter uma seção destinada especificamente ao recebimento de notícias, como mantêm A Notícia e Diário Catarinense.

Os materiais “entram” por diversos canais, como e-mails e em alertas dados pelo público na página do jornal na rede social *Facebook* e no perfil no microblog *Twitter*. “Há o caso de um leitor que mantém um blog e a toda hora nos envia fotos com boa informação jornalística. Geralmente usamos, e são muito úteis. O processo é o tradicional: checamos com fontes oficiais se o fato mostrado ali é verdadeiro” (SOARES, 2011), explica.

O editor de Imagem do jornal, José Werner, revela que os fotojornalistas do veículo tiveram de mudar seu perfil profissional de atuação para garantir atualidade e inovação na cobertura jornalística após o público assumido à condição de produtor de notícias. Com o alcance da Internet e a convergência multimídia presente em celulares e câmeras, os leitores perceberam que tinham um potencial. Ao agir assim, analisa o entrevistado, eles desbancaram uma das tarefas até então exclusivas dos fotojornalistas: a captação de imagens de flagrantes factuais, em editorias como Cidade, Geral e Polícia.

Deixamos de ter esta característica, que era uma marca própria. Hoje, qualquer um que está na rua nos abastece a redação com conteúdo. Temos que nos preocupar em oferecer um produto diferenciado, uma imagem produzida, em 360 graus, uma megafoto e vídeos de altíssima resolução com edição profissionalizada. Conteúdos que imprimam qualidade à imagem e à apresentação gráfica, entre online e impresso. Este é o nosso papel hoje. O leitor vai nos ‘furar’ e isso é inevitável. Até certo tempo, a resistência a este panorama nas redações era muito forte. Não se admitia a interferência dos públicos no produto jornal. ‘Como que aquele leitor fez a foto se eu sou o fotojornalista?’. Esta era a argumentação. Mas já é passado. Agora, se a foto do leitor tiver qualidade, para nós é uma colaboração bem-vinda. (WERNER, 2011).

Na opinião do jornalista, a produção amadora ainda é frágil e distante da técnica e ética jornalística, quando traz casos como acidentes em que corpos são retratados em primeiro plano e, ainda, quando o leitor identifica personagens que têm direito à proteção de sua identidade, no caso, menores de idade em situação de violência e/ou fragilidade social. “Conservamos também nossa visão instantânea. Na grande maioria, o leitor também não tem este *feeling*” (Id. Ibid.), aponta.

A produção de fotografias para divulgação de eventos culturais por amadores e fontes interessadas também é rotina na editoria de Cultura do jornal. A editora Jô Laps explica que artistas, de forma geral, elaboram seus próprios materiais, mesmo não dispondo de uma assessoria profissional executar esta tarefa. O aviso de assuntos noticiáveis (que pautam a agenda cultural) e a redação de textos informativos factuais por leitores que têm envolvimento com os eventos também são corriqueiros na rotina da área. “Tem muita gente produzindo seus materiais e enviando ao jornal, ainda mais imagens. A gente mesmo localiza na internet, nas redes sociais e depois sai em busca dos créditos e autorização para usar a foto”. (LAPS, 2011).

PAUTA

O leitor, enquanto construtor da pauta, é outra possibilidade que a Hora de Santa Catarina valoriza no âmbito da participação do público. Editor de Produção, Cléber Bortoncello, relata que a lista de acontecimento que o jornal irá trabalhar é alterada seguidamente pela interferência do público. “Ele nos informa, nos avisa, dá o alerta. Derruba qualquer previsão que tu tinha feito na programação do dia. Como queremos que os leitores se vejam no jornal, nós priorizamos o que ele indica”, informa o jornalista.

O leitor quer ser atendido rápido. Na hora que ligou para o jornal e relatou, ele revela um factual próprio, que é diferente do nosso factual. Pode ser um buraco que está lá na rua há dois anos. Mas agora resolveu ligar para o jornal. Quando, raramente, o leitor entende o que é factual mesmo (compreende o tempo jornalístico do jornal impresso), os temas mais comuns são chuvas, acidentes e algo que o tocou muito, como uma criança ter caído em um bueiro ou uma pessoa que tropeçou na calçada e teve uma queda. Na Polícia, vem muita coisa pessoal: o desentendimento com o vizinho. O fulano está ameaçando o ciclano e eu vou pegar ele. Quando tem um pouco mais de consistência, a gente vai atrás, entra em contato com a Polícia para averiguar. (BORTONCELLO, 2011).

A sistematização do recebimento das colaborações ainda é um desafio para o Diário Catarinense, que experimenta, com certa timidez, iniciativas pontuais e conforme a oportunidade de cobertura ou contexto, a exemplo da cobertura do casamento real, em que a narrativa foi extraída de mensagens dos usuários no Twitter. De acordo com o editor-chefe, Nilson Vargas, a produção amadora é condensada e “embalada” conforme o *time* da redação e, claro, com particularidades inerentes à subjetividade de cada jornalista.

Ele lembra que, além dos canais tradicionais de entrada (diálogo com o público), como e-mails, telefone e ferramenta “Leitor-repórter”, presente em seção no site, a equipe recebe muitas indicações de pautas, críticas e sugestões pelas redes sociais não só do veículo, mas também pelas contas pessoais dos repórteres.

Segundo a editora de Geral do DC, Mariju Lima, sugestões de pautas e produções textuais enviadas pelos leitores, na maioria das vezes, são diluídas dentro da apuração e narrativa feita pelo jornalista e, por conta disso, nem sempre é possível detectá-las. Exemplifica que não há uma norma que contemple que aquele determinado leitor que levantou um assunto – e motivou a equipe a produzir uma reportagem – estará presente ao longo do texto como fonte, *case* ou até mesmo sinalizado como um pauteiro externo à redação. “Se o leitor tem uma foto que ninguém tem ou se ele é testemunha de um acontecimento, aí sim, será identificado, mas como fonte. Do contrário, o público aparece como um guia” (LIMA, 2011), comenta.

Agora, há casos em que não a ação do leitor fura mesmo o jornalista. Teve um caso em que um jogador de futebol sofreu um acidente. Nós não estávamos no local na hora, claro. Um cidadão que passava fez a foto do carro incendiando antes que todo mundo. Não tem nem como mexer. Publicamos. E as informações que ele trouxe entraram como depoimento na matéria. Mas quem fez a matéria foi o repórter. (Id. Ibid.).

Para ela, o aproveitamento eficiente do conhecimento e da colaboração do público está na dinâmica de verificar, com critérios jornalísticos, a validade e a relevância dos conteúdos e sugestões. A provocação feita pelo jornal ao público é outra estratégia, de acordo com a editora, para “cavar” produções e sentir o termômetro de assuntos específicos que muitas vezes não são percebidos pela redação. “Muito do que está no online é recortado e aproveitado no impresso. Pode ser um comentário retirado do mural no site, fotos de uma galeria temática abastecida pelo leitor e a sua opinião. É a convergência entre impresso e online” (LIMA, 2011), explica.

No Jornal de Santa Catarina, além das seções tradicionais de cartas e artigos, o jornal decidiu que era preciso ampliar a presença dos leitores na produção e participação do público na pauta diária, com o propósito de gerar identificação e, claro, audiência. Para isso, criou um selo para as pautas do leitor que foi extinto há aproximadamente três anos. O editor-chefe argumenta que o descarte do elemento gráfico que indicava as pautas pensadas pelo público foi uma decisão natural depois que a colaboração se consolidou. “Não fazia mais sentido, tamanho o volume de ligações e e-mails com conteúdo que passamos a receber” informou Gonçalves.

Era preciso trazer o blumenauense para dentro do jornal de forma mais intensa. Começamos a implantar no jornal várias ferramentas como a reportagem do leitor. Promovemos uma revolução cultural dentro da redação. Foi uma mudança que mexeu conosco. Eu sou formado em 1988, época em que os jornalistas saíam da faculdade com a certeza de que eram os únicos emissores de informação noticiosa. Ouviam a si próprios e ponto. Sou da época da máxima: ‘a diferença entre o jornalista e o médico é que o médico pensava ser Deus, e o jornalista tinha certeza’. Para você ter ideia, nas primeiras reuniões com o Conselho do Leitor, eu tinha até medo do que podia acontecer. Os leitores entravam na redação e os jornalistas os fuzilavam com os olhos. Não aceitavam críticas. Ao longo das reuniões, as sugestões que chegavam faziam sentido e até tornavam nosso trabalho mais eficiente. Hoje, se os leitores parassem de colaborar, teríamos muita dificuldade de fechar o jornal e, ainda, de fazer boas pautas. (Id. Ibid.).

A respeito da dependência do leitor – à medida que se cria seções de abastecimento colaborativo diário – o editor defende que o jornalista mantenha seu caráter de mediador e de filtro das informações, privilegiando temas de interesse público, muito embora o leitor produza, na maior parte das vezes, preocupado com um problema pessoal. Defende, ainda, que é preciso balancear a produção amadora e a profissional com cuidado, evitando uma futura “ditadura do leitor”, que possa banalizar o jornalismo ao se priorizar a divulgação de

temas ligados ao entretenimento (*soft news*). “Alguns veículos online estão vivendo isso, por terem chamado excessivamente a colaboração amadora”. (GONÇALVES, 2011b).

É pelo blog e em redes sociais do jornal que a maioria das colaborações de pauta chega na editoria de Política e Economia. Por email e telefone, segundo a editoria da área, Isabela Kiesel, as influências costumam ser mais restritas e, geralmente, os canais são mais acessados por fontes interessadas, como assessorias de imprensa. Por canais online, o leitor é uma interagente que aparece complementando a informação já dada, mas também traz a dica/alerta para temas que contemplam o fator “novidade” na pauta da editoria.

A jornalista entende que o público ainda encara a pauta do jornal como um enigma, demonstrando dificuldade em entender o que rende e o que não rende notícia. “Acho que tentamos sempre esclarecer o que merece atenção e não. É um trabalho de educação. O leitor não tem obrigação de saber o que é jornalismo” (KIESEL, 2011), acredita.

REGISTRO DE FLAGRANTE

O colunista Rafael Martini, do Diário Catarinense, considera o processo de participação do público irreversível e em ascensão. Para ele, a proximidade entre o público e a mediação são fundamentais para enriquecer a pauta do jornal e captar flagrantes que, se não fossem aceitos, de qualquer forma, ganharia o conhecimento público pelos canais pessoais (como as redes sociais) que os leitores mantêm.

Caso abra mão de manter este diálogo (e da aceitação do conteúdo gerado pelo público), o jornalista estaria abdicando de noticiar determinados assuntos que estão no âmbito da posse do público. E este já demonstrou que irá divulgar informações (flagrantes que reprova, cenas pitorescas e alertas sobre situações que lhe preocupam), independente da aprovação dos jornalistas. “As próprias redes sociais mostram isso. Eu quero ter 50 leitores antenados, produzindo conteúdo e me abastecendo. É impossível eu estar nestes lugares. Além da falta de tempo, meu trabalho é aqui dentro” (Id. Ibid.), constata.

Para demonstrar um dos casos de flagrante amador, o jornalista cita exemplo de um leitor que enviou colaboração corrigindo e atualizando a coluna, porém, “fora do tempo jornalístico” (Id. Ibid.). Mesmo assim, o material foi aproveitado. Um mês antes do flagrante feito pelo leitor chegar à redação, a coluna Visor publicou uma fotografia, acompanhada, de nota informativa da secretaria de governo competente, que informava a aparente solução de um problema. A imagem demonstrava que os carros apreendidos por fiscalizações agora

tinham um depósito adequado no município de Biguaçu. No entanto, deixava de apontar que o terreno estava às margens de um rio que costuma transbordar quando chove torrencialmente.

O governo alugou a área e enviou a foto a respeito da novidade, dando a situação como regularizada. Nós publicamos nesse sentido. Só que o lugar é às margens de um banhado. E não dava para saber disso (não houve checagem). Era uma foto camuflada. Quando ocorreu a primeira grande chuva, o local alagou e os carros ficaram submersos. Aí entrou o repórter-cidadão. Um senhor que tem um sítio do lado fez fotos e gravou um vídeo. O leitor acabou com o discurso dos caras. Veio à redação e ofereceu o material para nós. Ele mencionou que havia lido a nota anterior e resolveu mostrar o outro lado da história (uma espécie de contraponto, algo que o jornalista deveria ter dado). Eu abri a foto dele na coluna que era inacreditável. Foi uma situação desconfortável. Acreditei em uma fonte oficial, logo parto da premissa que apresentam versões verdadeiras. No entanto, não era bem assim (MARTINI, 2011).

Por mais que reconheça o potencial do leitor e sua atuação ampliada, o jornalista não acredita que ele represente ameaça aos repórteres profissionais porque ainda traz colaborações incompletas que necessitam do aprofundamento, contextualização e narrativa impessoal, marcas da informação jornalística que conferem ou não graus de credibilidade às produções e, conseqüentemente, aos veículos de onde são originadas.

De acordo com o editor-chefe do DC, ao longo da edição e produção daquilo que é trazido pelo leitor, algumas marcas da participação acabam se apagando, na medida em que o repórter confere tratamento às informações ora levantadas ou testemunhadas pelo público. Eventualmente, o nome ou a palavra “leitor” recebem destaque em determinadas pautas, quando o termo é citado.

Mas, no entanto, não há um padrão para demarcar os tipos, formatos e a identidade da produção amadora. Isso não quer dizer, argumenta o entrevistado, que o jornal deixa de valorizar a colaboração que, para ele, requer cuidados redobrados quando trata de notícias produzidas pelos leitores.

Existem muito casos de flagrante. E casos em que o leitor se coloca como agente da informação. E ele não é. No caso das cartas, temos atenção quando ali, no meio dos comentários, entre uma opinião e outra, há informações e dados. Tivemos um caso destes em que erramos. A carta citava o nome de um provável acionista sobre empreendimentos imobiliários. E o autor o criticava por estar querendo construir em uma área de seria de preservação ambiental. E a carta passou. Uma carta que é praticamente a encarnação do que não podemos ter. O leitor trouxe uma informação que não foi dada por nós e que sequer checamos. Tratava-se de um conteúdo que trazia informação e, em seguida, crítica. No outro dia, fomos checar e verificamos

que, de fato, homem que era citado sequer fazia parte da tal empresa. (VARGAS, 2011b).

A editora Isabela Kiesel, do Jornal de Santa Catarina, comenta que é comum a produção conteúdos que envolvam o caso de flagrantes testemunhados pelos leitores, reforçando a ideia de ele é um coparticipante externo. Em determinadas situações, ela relata que os repórteres solicitam ao público que produza imagens e relatos quando o leitor está diante de fato que interessa o jornal. “Exemplo: ‘o senhor está em frente ao local onde estão cortando árvores? Então faça a foto para nós, por favor. Ele age como um repórter externo. Mas a gente não vai obrigar, claro” (Id. Ibid.), explica.

A influência via colaboração/participação dos leitores é percebida, pela maioria dos entrevistados, como inevitável e também frequente. Dentro dos jornais, a figura do público está presente em diferentes instâncias da produção jornalística, passando pelo recebimento de alertas que podem ser transformados em pauta, da complementação informativa no caso de catástrofes e na revelação de notícias e acontecimentos noticiosos testemunhados por cidadãos comuns. Apesar dos conflitos e riscos que a abertura à produção possa produzir, nota-se, na voz dos jornalistas, que a ampliação da colaboração é bem-vinda e, neste sentido, procuram-se elaborar estratégias que permitam maior identificação (e clareza) ao chamado dado aos públicos. Sem um código ou regras firmes para normatizar um modelo de colaboração, os jornalistas demonstram um esforço para se moldar à aproximação com os públicos e, assim, impor limites que tornem mais eficiente o processo.

QUALIDADE TÉCNICA/ÉTICA

Para a repórter Sâmia Frantz, que atua na editoria de Geral do jornal Hora de Santa Catarina, o público ainda tem dificuldade em produzir conteúdo de boa qualidade na área. É rotineiro o fato de os leitores procurarem a ajuda do jornal para resolver um problema, como um buraco na rua onde moram ou a ineficiência de um serviço público. Porém, produzir notas informativas e ainda fornecer uma imagem do fato, com características informativas, é uma realidade rara, segundo ela. “Até acontece, mas só em situações muito pontuais. Acredito que não seja mais frequente por causa da escolaridade e do baixo nível econômico do nosso leitor” (FRANTZ, 2011), avalia, mencionando que aprova a participação do leitor-repórter.

Nesse sentido, ela avalia que, se o cidadão ganha mais espaço e até age como o repórter na função de revelar acontecimento. Nestes casos, o jornalista avança sobre a checagem, que é, para a entrevistada, indispensável. “O leitor pode mandar uma matéria para

nós, mas quem irá verificar os dados, editar e equilibrar o texto é o profissional que estudou e tem formação acadêmica. É preciso aprofundar, ampliar” (Id. Ibid.), sentença.

A intenção de provocar no público a ideia de que o jornal deseja conhecer o que pensam os leitores e aquilo que produzem de informação, demonstra, na opinião do editor-chefe, Domingos Aquino, um produto que conversa com a comunidade em diferentes momentos. Logo, tem-se um noticiário partilhado, onde a ética e a técnica dos jornalistas, minimamente, também são absorvidas pelos leitores. “Quando o leitor liga para o jornal ou envia um email sugerindo uma pauta, fizemos todo esforço possível para transformar aquele pedido em matéria ou reportagem. É uma decisão nossa, sim, mas a autoria inicial não é do jornalista” (AQUINO, 2011), explica.

Na avaliação do editor, seções específicas como “Tem solução?”, apesar de tratarem de assuntos diretamente ligados ao leitor – evidenciando uma preocupação/desejo individual – na verdade, alcançam a coletividade na maioria das vezes. A motivação pode ser pessoal (o leitor pensa no seu problema), porém o alcance da pauta é maior, afinal, o terreno, a rua ou a deficiência de algum tipo de serviço público não atingem apenas a pessoa interessada em reclamar e pedir a solução do caso usando como meio o jornal.

Quem assume esta tarefa de direcionar as produções e alertas é o editor de Produção. Ele avalia e faz a filtragem se aquela contribuição rende um “Tem Solução?” ou merece uma pauta com selo do leitor. Na seção de Cartas, nosso foco também é no local. Somos um jornal paroquial. Na atualidade, temos de levar em conta que o jornal não é mais a única praça de informação jornalística. Quando a gente menos espera, está sendo corrigido em um blog. Se você não abre espaço para o público, corre o risco de ficar altista. Sabemos que temos uma soberba. Nutrimos que nós sabemos o que é melhor para a comunidade. Só isso mudou completamente. Hoje, o leitor escolhe em uma linha industrial o que ele quer ler. Não quer mais ser massa. É claro que não é uma tarefa fácil esta de descer do pedestal e não há como contentar a totalidade. Todos, inclusive eu, tivemos que repensar funções e posicionamento no jornalismo. (Id. Ibid.).

Favorável à atuação do leitor-repórter, o editor-chefe de A Notícia considera determinante a produção amadora principalmente na cobertura complementar de eventos factuais. Cita ocorrência das chuvas como exemplo, quando o público é um importante aliado para situar a redação a respeito de locais onde a reportagem não consegue chegar. Em casos deste tipo, o jornalista admite que, dependendo dos indícios de veracidade que a informação apresenta, a colaboração não precisa ser, necessariamente, checada para publicar no online. Na sequência, depois de publicar online o fato, busca-se a confirmação. “Somos 72 jornalistas aqui. Na rua, temos 500 mil pessoas. Se o nosso leitor testemunhou o caso e produziu

conteúdo, não há como renegar. Aliás, não temos como concorrer com os públicos. Temos que abrir canais para receber esse material” (Id. Ibid.), avalia.

Responsável pela editoria de Esportes e pela seção “Minha Família é...”, a jornalista Janaina Kalsing avalia como tímida a participação do público na produção de conteúdo esportivo. O mesmo, acrescenta, não acontece no espaço que pode ser considerado a coluna social do leitor, onde aparecem as imagens com homenagens. “Pela facilidade de produção e envio do conteúdo, o público participa mais. O texto é simples e a foto não exige muito do leitor, afinal, trata-se de pessoas conhecidas em momentos particulares. E nós avisamos que se faltar algum dado iremos buscar” (KALSING, 2011), comenta a editora. Ela complementa que, além dos canais tradicionais online e email, os leitores costumam ligar para o jornal para narrar os textos.

Cioatto, de A Notícia, também atenta à fragilidade com que os amadores leem os fatos, pecando diante de aspectos éticos. Em flagrantes de acidentes, ele relata ser corriqueiro o leitor apresentar fotos em que aparecem corpos, sangue e cenas que o jornal, por seu caráter editorial não sensacionalista, descarta da sua cobertura. “O público não tem essa percepção. Quer mostrar o que para ele tem mais impacto; o que choca mais independente de haver informações exageradas ou desnecessárias”, descreve.

A editora de Cultura do mesmo jornal, Cristiane Schmitz, compreende que a participação dos leitores engatinha, mas avança. Ela considera que o leitor ainda tem dificuldade de entender que pode ajudar a construir o jornal, da pauta à produção de um texto informativo (*hard news*). No entanto, menciona que a abertura de novos canais eletrônicos (como emails e seções no site que chamam à participação) permitiu que os leitores se aproximassem do jornal.

Além disso, a decisão de investir essencialmente na cobertura do noticiário local de Joinville e região mudou o comportamento do público, que se identifica com a investida no localismo. “A partir deste redirecionamento editorial, os leitores passaram e se ver mais nas páginas de uns cinco anos para cá. E, ao se enxergarem ali, também se deram conta que estamos permitindo a colaboração” (SCHMITZ, 2011), relata.

Por ser uma editoria que costuma fechar mais cedo (por volta das 17h), os repórteres iniciam o trabalho pela manhã. E, segundo Schmitz, é o horário em que o público começa a dar os primeiros alertas de pautas do dia, por telefone e email. “A gente faz o filtro tradicional. É uma participação que determina o que o jornal irá tratar na edição do dia seguinte, sem dúvida. Nós desconhecemos muitos assuntos que estão na boca do leitor. Ele nos atualiza” (Id. Ibid.), revela.

A entrevistada diz que ainda há confusão quando o leitor decide enviar um conteúdo informativo. Em geral, pensa que terá de pagar para a publicação de um evento ou exposição. “Eu diria que a gente ainda faz um trabalho de educação com o leitor. Porém, percebo que ele está mais antenado. Alguns produtores de eventos culturais, mesmo amadores, já agem como se fosse uma assessoria de imprensa”, diz, comentando que é frequente receber textos estruturados na forma de lide, onde estão dados como datas, locais e valores dos espetáculos.

Os leitores estão aprendendo a se comunicar com a gente. O email está lá nas páginas, mas ainda parece não estar claro que o leitor pode nos contatar. O espaço no qual percebo produção maior é no Anexo Ideias, um caderno amplo que procura valorizar a produção intelectual dos leitores e também temas diversos. Ali, através de artigos, os leitores demonstram suas habilidades ou trazem à tona temas novos para debate. Mas ainda cabe a nós, jornalistas, fazer a seleção. Outro caso interessante, este mais pontual, ocorreu na seção “Caras de Joinville”. Em três personagens seguidos, depois de avisarmos que eles seriam pauta, por conta própria, os leitores produziram os textos a respeito de suas vidas. Foi uma experiência curiosa. É uma ajuda, sem dúvida. Tenho percebido também que as fotos estão melhores, mais bem elaboradas e parecendo menos aquelas imagens que as pessoas tiram para pôr no Orkut. Com a Internet, as pessoas mudaram muito sua forma de se comunicar. A prática diária refina o leitor e o jornal tem estimulado a sua produção. Em um concurso cultural que fizemos há pouco tempo, as fotografias de leitores, de pessoas comuns, eram inacreditáveis. O que temos aprendido é que não se pode subestimar o público. (Schmitz, 2011).

Carolina Spricigo, editora de Opinião, relata que embora o jornal demarque em e-mails as editorias, buscando selecionar o recebimento de conteúdo por temas, os leitores ainda têm dificuldade de enquadrar os assuntos por temas. Ao exemplo de outros jornalistas do veículo, ela recebe no email que leva seu nome e também em opinião@an.com.br colaborações que não se enquadram apenas nas seções de cartas e artigos. “O leitor manda tudo indiscriminadamente aos canais online. Cabe a nós fazer o filtro e direcionar às editorias” (SPRICIGO, 2011), comenta.

As barreiras éticas/técnicas que separariam o repórter profissional do público também são reconhecidas pelo editor-chefe do Diário Catarinense, Nilson Vargas. O protagonismo do amador na produção de conteúdo jornalístico é visto com cautela e restrições por ele. Em sua opinião, em um jornal tradicional – gerido por jornalistas formados – a participação dos leitores tem de ter limites bem demarcados. A ideia de o leitor assumir a função do repórter, do início ao fim em uma produção, é uma realidade romântica, simbólica.

“A gente não pode renunciar o nosso papel de aprofundar, contextualizar e verificar as informações. É uma missão. A função do repórter-cidadão que testemunha, do comentarista ou do pauteiro amador é a de somar à equipe” (id. Ibid.), relata. Para ele, mesmo contribuindo na seção leitor-repórter, o público se mantém bastante distante da profissionalidade do jornalista. “Não devemos esperar isto dele (a profissionalização do leitor). Além do mais, temos a competência ética para protegê-lo de si mesmo quando suas informações trazem riscos”. (VARGAS, 2011).

Jornalista responsável pela coluna “Visor” do DC, um dos espaços que mais recebe contribuição dos leitores – Rafael Martini relata que o profissional da notícia perdeu, na atualidade, o papel de centralizador da informação, função que está delegada a qualquer pessoa, segundo ele, que tenha interesse em divulgar algum fato, inclusive em “primeira mão” ou que venha a dar um “furo jornalístico”.

Aponta que, hoje, com as redes sociais e as possibilidades de comunicação e interatividade trazidas pela Internet, a informação de caráter noticioso circula junto às audiências (online e off-line) independente da vontade e do crivo do jornalista. “Mas não podemos comparar uma informação bruta com uma informação tratada, checada e contextualizada. Aí está a nossa função. [pondera]. O jornalista nunca vai perder este papel de fornecer uma notícia com credibilidade”. (MARTINI, 2011).

A enxurrada de dados e alertas repassados e distribuídos pelos leitores, acredita, faz com que os jornalistas reforcem a necessidade dar tratamento profissional, incluindo aí checagem, edição e apuração complementar, o que confere credibilidade e equilíbrio às notas da coluna. “No entanto, eu não conseguiria trabalhar sem a presença do leitor todos os dias. Hoje é impressionante a força que isso tem. Existem colaboradores que eu chamaria até de profissionais.” (Id. Ibid.), relata Martini.

Em A Hora de Santa Catarina, na coluna “Amador Futebol Clube”, a necessidade de edição e readequação do conteúdo amador é considerada indispensável. Por ter criado uma rede de colaboradores e estar frequentemente em contato com os leitores-produtores, o jornalista Michael Gonçalves, autor da coluna, recebe em seu email, quase que todo dia, um resumo das partidas que não pôde acompanhar. Para ter certeza de que o repórter-cidadão agiu com ética e imparcialidade, o jornalista confere a versão que recebeu junto aos clubes, dirigentes e juízes para descobrir se os dados batem ou então foram corrompidos pela opinião pessoal de quem informou. “O cuidado sempre é para limpar o texto, ou melhor, a informação que está li contaminada com paixão e emoção. É bastante comum o colaborador ter uma relação de envolvimento com determinado time, típico de um torcedor”, comenta.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os desafios que atingem o jornalismo na contemporaneidade são muitos e estimulam a pesquisa acadêmica diante das potencialidades trazidas pelas Tecnologias da Informação e Comunicação (TIC's). Alguns cenários são consequência disso: novos modelos de negócio e a necessidade de desenvolvimento de competências polivalentes, capazes de dar conta de coberturas multimídia, minuto a minuto e, ainda, de os jornalistas terem habilidade de “conversar” com uma plateia conectada a eles, e que pode interferir no conteúdo (e no processo informativo) a qualquer tempo, inclusive o desmentindo, corrigindo-o e, de outra forma, ajudando-o no trabalho.

Confrontado por dilemas éticos cada vez mais complexos, que respondem a uma sociedade multifacetada e – tão quanto problemática e demarcada pelo capital – e obrigado a adaptar-se à cultura do imediatismo a todo custo, na missão de “noticiar em tempo real”, o jornalista foi colocado contra a parede. Contra, aliás, sua própria existência. Se até pouco tempo atrás, ser jornalista era sinônimo de status profissional e poder, e a profissão gozava de legitimidade na manutenção da democracia, amparada por um saber exclusivo, centralizado e conquistado unicamente pelo grupo, na atualidade, a diluição destas competências e do próprio papel do profissional, parece em transição.

Uma das consequências deste redesenho é a ascensão dos públicos à condição de produtores de conteúdo jornalístico, prática contestada e, ao mesmo tempo, paradoxalmente incentivada pelas empresas de comunicação, um contexto que alimenta o espírito colaborativo, em tempos de internet e inteligência coletiva, globalização neoliberal e abertura de campos de conhecimento, cujos acessos estão disponível na palma da mão, com um celular conectado à rede.

A consolidação de canais digitais e dispositivos capazes de dar voz a atores até então coadjuvantes ou meros espectadores no processo de produção e emissão das notícias, alterou o estatuto da comunicação e retirou das mãos do jornalista a tarefa privativa de mediar a realidade através da leitura e narrativa dos fatos, muito embora, a produção realizada pelos público seja deficiente em aspectos técnicos, estilísticos e éticos.

No entanto, mesmo com fragilidade, o diálogo se impõe e gera novas críticas. Por longos anos, os públicos ouviram, leram e escutaram o que os jornalistas tinham a dizer sobre o mundo em uma relação, por vezes, nada amistosa ou ampliada. Agora, uma espécie de revanche parece estar deflagrada, com perdas e ganhos, onde se esbatem muitos limites, como a autoria jornalística, um saber narrativo próprio e o domínio da informação.

A partir da emergência e sedimentação do jornalismo cidadão em canais independentes e também apropriado pela mídia tradicional, como esta pesquisa procurou demonstrar, identifica-se a necessidade de repensar o jornalismo como uma prática plural e essencial ao debate do cotidiano, mas que requer diferentes intersecções sociais para se manter vigente e atual à sociedade em que opera. E, nesse sentido, para assegurar um lugar específico e constituído para o jornalista atuar.

Atentos em garantir audiência e preocupados no que ela diz e de que maneira informa (e para quem), os jornais tiveram que dissolver a produção profissional, chamando os leitores para uma colaboração proativa em uma partilha negociada e, por vezes, agendada em seções diárias, como vimos em relatos de jornalistas que confessam “pedir material” aos leitores, inclusive em seções como “Tem Solução” e “Foto do Leitor”, criadas, justamente, para satisfazer o desejo, aparente, da participação. Uma estratégia clara de “segurar” a audiência pela mão.

Nota-se, com isso, o início de uma dependência da produção amadora feita pelo público para “fechar as páginas”, evidenciando o estabelecimento (ou pelo menos a tentativa) de uma participação periódica, diária, um abastecimento eficiente e segmentado que, mesmo na informalidade, cria vínculos quase imperceptíveis, mas já possíveis de detectar como acreditamos ter apontado durante as análises. Os jornalistas, agora, têm de dar satisfações aos leitores sobre como selecionaram os materiais, que critérios foram usados e por que o “texto mudou” (razões de edição).

Ao convocar de maneira imperativa os leitores e dizer isso nas páginas, os jornalistas estimulam que os leitores atuem como coautores do jornalismo em diferentes momentos desde a sugestão de pautas, alertas factuais, narrativas opinativas e informativas e, principalmente, na captura de flagrantes que rompem a ordem social, terreno fértil para produção amadora e que revelam uma potencialidade cidadã, de fato.

Recolhidos dentro das redações e imersos em um emaranhado de responsabilidades organizacionais nem sempre favoráveis à apuração *in loco*, os profissionais contam (e aguardam), agora, com a produção de uma legião amadores, por vezes disposta a também vigiar os poderes e o comportamento daqueles que o integram, funções inerentes ao jornalismo informativo, ao cão de guarda da democracia. Será que agindo, por oportunidade e ocasionalmente, o público não se aproximaria de uma postura mais cidadã diante de temas como política? Essa é uma das questões que a pesquisa lança à frente.

Em uma relação truncada (a da participação do leitor e a negociação do jornalista) que se desenha no fazer prático e intempestivo de uma redação, o que se observa é que a colaboração, na ótica dos jornalistas nem sempre é refletida em profundidade, como alguns entrevistados comentaram. Na tentativa, talvez, de agradar o leitor – deixando de lado uma análise que envolvesse interesse público, relevância e exatidão – os jornalistas validam temas que banalizam o jornal, como as colunas sociais do leitor. Parece, à primeira vista, um acordo tênue com as audiências.

No entanto, constata-se que, muito além de uma mera participação ocasional, os públicos figuram como personagens decisivos na edição, norteando a ação profissional, apontando assuntos de interesse e exigindo que o jornal mostre aquilo que desejam saber, a exemplo do que foi verificado em seções destinadas ao jornalismo hiperlocal, segmento que emerge em jornais diários, antes apenas preocupados em dar conta de cobrir grandes temas.

Entretanto, à frente de permissões e negações tradicionais, o jornalista ainda conserva o seu papel determinante ao selecionar, sozinho, o que os leitores irão consumir, fazendo uso de técnicas próprias cristalizadas a partir de uma deontologia protegida. Nesta instância, os públicos ficam do lado de fora. Lá dentro, o “saber sagrado” é legitimado pela profissionalidade, envolta em uma série de ritos, códigos e crenças que conduzem as rotinas produtivas.

O jornalismo cidadão que caracterizamos como híbrido e vigiado por profissionais, presente nos jornais impressos do Grupo RBS em Santa Catarina, representa uma adaptação ao jornalismo cidadão puro, em que os públicos e/ou autores amadores têm total controle sobre suas produções jornalísticas, apuração à distribuição deste conteúdo. No entanto, no jornal impresso, tradicionalmente fechado à entrada de novos partícipes, exceto por espaços bem delimitados (cartas e artigos), a abertura ao amadorismo, na oferta de conteúdo, sinaliza uma readaptação do “produto” ao consumidor, que não se contenta mais em reconhecer o jornalista como “dono da verdade”.

Se é na Internet, por meio das redes digitais colaborativas, blogs e sites pessoais ou de notícias pertencentes a grandes grupos de comunicação, que o fenômeno se mostra com mais força e poder, no impresso, sob o crivo e o aceite dos profissionais, ele ganha legitimidade como verdade na mídia que documenta, em seu papel, fragmentos apreendidos da realidade. Não seria exagero dizer que os jornalistas, ao receberem e tratarem o conteúdo amador, emprestam sua profissionalidade ao leitor, na busca pela validação dos fatos.

Observa-se que, na medida em que o leitor-repórter ou leitor-participativo é “credenciado” a produzir, ele passa a ser peça também “presente” dentro da redação, embora

esteja longe dela e não pertença formalmente àquela comunidade. Isto significa que o público se corporifica em meio à pauta e às notícias, dividindo espaço entre os jornalistas e agindo neles. Outra característica interessante é que leitor ocupa diferentes lugares editoriais na produção, com colaborações na Política, Geral, Esportes, Educação e Cultura. Mas é na editoria “vida pessoal” que o leitor revela maior interesse e participação.

Além de ser um pauteiro valorizado e ajudar na divulgação de eventos factuais que testemunha, o público revela-se na expectativa por reconhecimento de suas relações particulares ao enviar conteúdo de álbuns de família, passeios e flagrantes ligados ao temário *soft news*. Intriga a abertura destes espaços (e o frequente chamado para que sejam preenchidos) porque não trazem relevância informativa e não são assuntos de interesse público, princípios da razão de um jornal. Por outro lado, seções deste tipo cumprem com a meta de “trazer o leitor para dentro do jornal”, de abrir canais de diálogo e, claro, fidelizar a audiência.

Os canais, de forma geral, permitem que este leitor bata à porta, se debruce sobre o balcão do jornal e ofereça seu conteúdo para avaliação dos jornalistas. Portanto, a mediação negociada – que procura garantir qualidade mesmo na seleção de produções aparentemente irrelevantes para o debate social – aumenta, e as tensões, também. A enxurrada de fotos e e-mails, muitos sem dados precisos, exigem dos jornalistas uma força-tarefa extra, que supera a rotina do cumprimento às pautas agendadas, na incumbência de checar os alertas dos leitores.

É justamente na empreitada de checar, verificar, complementar e adequar, para a quase totalidade dos entrevistados – o que reflete a defesa dos autores trazidos na pesquisa – que está a salvaguarda para acolher o jornalismo cidadão junto às mídias tradicionais. Sem o rigor da verificação jornalística independente e criteriosa, um dos principais traços da profissionalidade, o jornal estaria colocando em risco credibilidade, fontes e a qualidade da informação prestada ao mesmo público.

A rigor, os leitores demonstram, em maioria, pouco distanciamento para narrar com isenção e imparcialidade as notícias, pois usam critérios pessoais, julgamentos e valores cidadãos, de uma ética comum, muitas vezes diferente da dos jornalistas. Estão geralmente motivados por um problema particular ou interesse privado, mas acabam também agindo em prol do interesse público, instintivamente, quando demonstram que direitos civis estão sendo corrompidos, notam rupturas e transgressões e nos momentos em que o estado ignora/negligencia-os.

Quase que catequizados por marcas, convites e selos, os públicos são educados à colaboração, de acordo com a política editorial de cada jornal. É certo que o leitor produz

mais por se ver mais nas páginas. Está reconhecido nelas como se estivesse diante do espelho. Multiplicando canais para que esta produção entre, o jornal contempla a vida pessoal do leitor para explicar e conduzir as audiências a tornarem-se colaboradoras. Por meio de ordens sutis e enunciados, o jornalista também faz uso da memória do leitor e resgata episódios da história.

Ao condicionar o leitor a produzir, é inevitável que as redações tenham de fazer adaptações aos esquemas de trabalho. Os jornalistas são interrompidos a todo instante, com telefonemas e e-mails dos leitores. São centenas de pedidos de pautas, alguns flagrantes e uma enxurrada de assuntos que terão de ser descartados por não “caberm” nas seções ou trazerem apenas relatos pessoalizados de problemas comuns, com baixo grau de valor-notícia.

Merece atenção a ideia de que o jornal empodera o leitor ou, pelo menos, faz com que ele acredite nisso. Desperta no imaginário do público a possibilidade de também agir como um jornalista de oportunidade em diferentes graus e níveis de colaboração. Costura-se, assim, um tratado com o público em que é permitido a ele interferir na estrutura orgânica do jornal, não só avaliando, criticando o conteúdo e o próprio jornalista, mas agendando a mídia conforme suas necessidades e aquilo que julga relevante. Tarefas, até certo ponto, antes exclusivas dos jornalistas.

Para alcançar esta possibilidade e torná-la viável, é inerente ao jornalista que se disponha a discutir com a audiência a relevância da informação que é trazida pelo amador. Sem a mediação, corre-se o risco de banalizar o noticiário, oferecendo informação descontextualizada e superficial, à margem da investigação, do contraditório e precisão. Não se pode esquecer que os jornalistas são credenciados pelas fontes a entrar em territórios onde o cidadão comum não tem acesso. Não com a mesma facilidade adquirida pelo profissional.

Tornar clara esta diferenciação, nem sempre é uma ação fácil, mas cada vez mais necessária. Nesse sentido, o jornalista passa a repensar a conduta de decidir o jornal na reunião de pauta, apenas guiado pelo conhecimento de seus pares, com quem dividia uma cultura em comum, atrelada aos preceitos jornalísticos de uma comunidade fechada. A decisão acontece também, na verdade, na rua, à revelia da redação, impondo aos repórteres a necessidade da verificação constante e cuidado redobrado junto à rede de informantes colaborativos, lembrando que a eficiência da participação/produção só será válida se for construída a partir da confirmação de versões.

De certo modo, neste ponto, a relação tende a ser frágil, já que o público não está sujeito a sanções do jornal caso induza ao erro intencionalmente. E muito menos na hipótese de equívoco, confusões e distorções que atentem contra a verdade dos fatos e em casos de injúria, acusação e difamação.

O jornalista, ao contrário, seria severamente penalizado dentro e fora da redação por ferir preceitos éticos e ao cometer falhas de apuração, por exemplo. Assim, ao canalizar nas mãos do profissional a produção amadora no impresso, espera-se que, por não estar tão atrelado ao fechamento imediato das pautas e divulgação instantânea como no jornalismo online, ele consiga emprestar ao leitor sua credibilidade, depois de submeter as produções à verificação tradicional.

Outra questão que merece destaque é que, ao serem contemplados no espaço da produção, os leitores criam vínculos e expectativa junto ao jornal, passando por um processo semelhante ao de fidelização e que, não inocentemente, assegura a audiência. “Se aqui eu tenho espaço e sou ouvido, por que vou procurar outro lugar para consumir e produzir informação jornalística?”, quem sabe pensa o leitor, que vai ganhando espaço quando se vê retratado diariamente no jornal.

Pelo que se observou durante a pesquisa, a colaboração dos leitores na geração de conteúdo (de caráter jornalístico ou não) recebe tratamento muito semelhante à profissional. Não raramente, dependendo da relevância do fato trazido, a checagem ganha rigor maior. A explicação dada pelos jornalistas não surpreende porque sustenta a percepção de que os leitores ainda não gozam de confiabilidade a ponto de suas produções informativas serem publicadas indiscriminadamente.

A desconfiança sobre a possível contaminação dos dados ou inexatidão – faltas graves no jornalismo – exigem que os jornalistas mantenham seu espírito questionador, verificador e certificador de credibilidade, por meio da checagem. Por mais que os leitores se apropriem de competências, do saber e de algumas técnicas dos jornalistas, como ‘enxergar’ um acontecimento jornalístico, ter a iniciativa de capturá-lo e formatá-lo, permanece na cartilha do profissional a capacidade de refinamento, curadoria e tratamento dos dados.

A cautela é legítima e indispensável à intensidade com que os públicos emergem ao lado dos jornalistas e, claro, na mesma proporção em que surgem novos canais de colaboração, da construção da pauta à redação de matérias. Se os leitores também passaram a fazer parte da produção do jornalismo, parece sensato, primeiro, estabelecer regras que garantam a permanência de ambos em uma relação em desenho, mas que precisa de papéis esclarecidos para que, juntos, leitor e jornalista compartilhem a missão de oferecer informação credível e útil.

REFERÊNCIAS

A NOTÍCIA. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.703, 03 set. 2011a.

_____. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.704, 04 set. 2011b.

_____. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.705, 05 set. 2011c.

_____. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.706, 06 set. 2011d.

_____. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.707, 07 set. 2011e.

_____. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.708, 08 set. 2011f.

_____. Joinville: Grupo RBS, 88, 25.706, 09 set. 2011g.

ALSINA, Rodrigo Miquel. **A Construção da Notícia**. Petrópolis: Vozes, 2010.

AMARAL, Luiz. **Jornalismo**: matéria de primeira página. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1997.

BARDOEL, Jo; DEUZE, Mark. **Network Journalism**: Converging Competences of Media Professionals and Professionalism. In: Australian Journalism Review 23 (2), pp.91-103, 2001.

BILD.DE. [200-]. Disponível em: < <http://www.bild.de/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

BOHÈRE, G. **Profissão: jornalista**. Um estudo dos jornalistas como trabalhadores. São Paulo: LTr; [Brasília]: OIT, 1994.

BOWMAN, Shayne; WILLIS, Chris. **We Media**: How audiences are shaping the future of news and information. Media Center at American Press Institute, 2003. Disponível em: <http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf>. Acesso em: 16 ago. 2011.

BRAMBILLA, A. M.. **A reconfiguração do jornalismo através do modelo open source**. Sessões do imaginário. 2005. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/reconfig.pdf>>. Acesso em: 10 fev. 2010.

BRAMBILLA, A. M. (2006). **Jornalismo open source**: discussão e experimentação do OhmyNews International, dissertação de mestrado da Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre.

BRAMBILLA, A. M. Entrevista concedida por email para o autor. Florianópolis. Out. 2011.

BRIGGS, Mark. **Jornalismo 2.0**: Como sobreviver e prosperar – Um guia de cultura digital na era da informação. Uma iniciativa do J-Lab e da Knight Citizen News Network. Editado em português pelo Knight Center for Journalism in the Americas.

2007. Disponível em: <<http://knightcenter.utexas.edu/journalism20.php>>. Acesso em: 20 jul. 2010.

CARDOSO, Marcelo Herondino; ANDRADE, Rafael. **Modelos para o jornalismo cidadão e uma análise do cenário brasileiro**. 2002. Disponível em: www.versoereverso.unisinos.com.br. Acesso em: 16 set. 2010.

CASTELLS, Manuel. **A Galáxia da Internet: reflexões sobre a internet, os negócios e a sociedade**. 2 ed. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Editor, 2004.

CASTILHO, Carlos. **A nova dialógica do jornalismo do futuro**. 2007. Disponível em: <http://www.observatoriodaimprensa.com.br/blogs.asp?id={35FC6BB1-BE84-44EC-9724-1BACEF682A01}&id_blog=2>. Acesso em: 18 jul. 2010.

CENTRO DE MÍDIA INDEPENDENTE. 2000. Disponível em: <<http://www.midiaindependente.org/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

CHAPARRO, Manuel Carlos. **Sotaques d'aquém e d'além mar: percursos e gêneros do jornalismo português e brasileiro**. Satarem: Jortejo, 1998.

BALDESSAR; Maria José; CHRISTOFOLETTI, Rogério (org.). **Jornalismo em Perspectiva**. Florianópolis: UFSC, 2005

CHRISTOFOLETTI, Rogério. **Ética no Jornalismo**. São Paulo: Contexto, 2008.

CÓDIGO DE ÉTICA DOS JORNALISTAS BRASILEIROS, 2007. Federação Nacional dos Jornalistas (FENAJ). Disponível em: <<http://www.fenaj.org.br/materia.php?id=1811>>. Acesso em 16 jul. 2011.

CORNU, Daniel. **Jornalismo e Verdade**. Para uma ética da informação. Brasil: Instituto Piaget, 1999.

DIÁRIO CATARINENSE. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9267, 11 set. 2011a.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9268, 12 set. 2011b.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9269, 13 set. 2011c.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9270, 14 set. 2011d.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9271, 15 set. 2011e.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9272, 16 set. 2011f.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 26, 9273, 17 set. 2011g

DINES, Alberto. **O papel do jornal – uma releitura**. 4 ed. São Paulo: Summus, 2009.

FIDALGO, Joaquim. **Jornalistas na busca inacabada de identidade**. In FIDALGO, António [et al.], ed lit. – “Repensar os media: novos contextos da comunicação e da informação: Congresso Nacional da Associação Portuguesa de Ciências da Comunicação (Sopcom), 4, Aveiro, Portugal, 2005. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/bitstream/1822/7435/1/Fidalgo%2c%20J.%282005%29-Identidade-4SOPCOM.pdf>>. Acesso em 16 jul. 2010.

_____. **Novos desafios a um velho ofício ou... um novo ofício?** A redefinição da profissão de jornalista. Lisboa: Portugal, 2005. Disponível em: <<http://repositorium.sdum.uminho.pt/handle/1822/7448>>. Acesso: 20 jul. 2010.

_____. **O jornalista em construção**. Portugal: Porto Editora, 2008.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GILLMOR, Dan. **Nós, os média**. Lisboa: Editorial Presença, 2005.

GLOBO. **G1**. 2011. Disponível em: <<http://g1.globo.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

GOOGLE CODE. **YouTube DIRECT**. 2010. Disponível em: <<http://code.google.com/intl/pt-BR/apis/youtube/ytdirect.html>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

GRUPO ESTADO. **Estadão.com.br**. 1995-2011. Disponível em: <<http://www.estadao.com.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

HEIKKILÄ, Heikki; KUNELIUS, Risto. **Access, Dialogue, Deliberation: Experimenting with Three Concepts of Journalism Criticism**. 2010 Disponível em: <http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/38_heikkila%20kunelius.pdf>. Acesso em: 18 jul. 2010.

HORA DE SANTA CATARINA. Florianópolis: Grupo RBS, 6, 1555, 2011b, 27 e 28 ago. 2011a.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 6, 1556, 2011b. 29 ago. 2011b.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 6, 1557, 2011b, 30 ago. 2011c.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 6, 1558, 2011b, 31 ago. 2011d.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 6, 1559, 2011b, 01 set. 2011e.

_____. Florianópolis: Grupo RBS, 6, 1560, 29 ago, 02 set. 2011f.

IG. **Último Segundo**. 2000-2011. Disponível em: <www.ultimosegundo.ig.com.br>. Acesso em: 05 nov. 2011.

INDEPENDENT MEDIA CENTER. [200-]. Disponível em: <<http://www.indymedia.org/pt/index.shtml>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

IVC. [200-]. Disponível em: <<http://www.ivcbrasil.org.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

JENKIS, Henry. **Cultura da convergência**. São Paulo: Aleph, 2008.

JORNAL DE SANTA CATARINA. Blumenau: Grupo RBS, 41, 12.326, 19 set. 2011a.

_____. Blumenau: Grupo RBS, 41, 12.327, 20 set. 2011b.

_____. Blumenau: Grupo RBS, 41, 12.328, 21 set. 2011c.

_____. Blumenau: Grupo RBS, 41, 12.329, 22 set. 2011d.

_____. Blumenau: Grupo RBS, 41, 12.330, 23set. 2011e.

_____. Blumenau: Grupo RBS, 41, 12.331, 24 e 25 set. 2011f.

JORNAL DO BRASIL. 1995-2011. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

_____. Leitor Repórter. **BR 364 será interditada e isolada metade do Acre**. 19 out. 2010. Disponível em: <<http://www.jb.com.br/leitor-reporter/2010/10/19/br-364-sera-interditada-e-isolada-metade-do-acre/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

JORNALISTAS DA WEB. 2000-2011. Disponível em: <<http://www.jornalistasdawe.com.br/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

KARAM, Francisco. **Jornalismo, ética e liberdade**. São Paulo: Summus, 1997.

KEEN, Andrew. **O culto do amador**. São Paulo: Jorge Zahar, 2009.

KOVACH, Bill; ROSENSTIEL, Tom. **Os elementos do jornalismo**: O que os jornalistas devem saber e o público exigir. São Paulo: Geração Editorial, 2004.

KUCINSKI, Bernardo. **A revolução antiindustrial da internet**. In: KUCINSKI, B. **Jornalismo na era virtual**: ensaios sobre o colapso da razão ética. São Paulo: Fundação Perseu Abramo/Unesp, 2005.

KUNCZIK, Michael. **Conceitos de Jornalismo**: Norte e Sul. 2.ed. São Paulo: Edusp, 2001.

LAGE, Nilson. **Ideologia e técnica da notícia**. 3 ed. Florianópolis: Insular, 2001.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de A. **Metodologia Científica**. São Paulo: Atlas, 2007.

LEMONS, André. **Nova esfera Conversacional**, in Dimas A. Künsch, D.A, da Silveira, S.A., et Esfera pública, redes e jornalismo. Rio de Janeiro: Ed. E-Papers, 2009, 2, pp. 9 – 30.

LÉVY, Pierre. **Cibercultura**. São Paulo: Editora 34, 1998.

MACHADO, Elias. **O ciberespaço como fonte para os jornalistas**. Salvador: Calandra, 2003.

MARQUES DE MELO, José; PERUZZO, Cicilia & KUNSCH, Waldemar. **Mídia, Regionalismo e Cultura**. São Bernardo do Campo: Passo Fundo. Ed. UESP. UPF, 2003. 343 p.

MARQUES DE MELO, José M. de. **Jornalismo – Compreensão e Reinvenção**. São Paulo: Saraiva, 2009.

MINIWATTS MARKETING GROUP. **Internet World Stats: usage and population statistics**. 2001-2011. Disponível em: <<http://www.internetworldstats.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

MORETZSOHN, Sylvia. **O mito libertário do jornalismo cidadão**. Comunicação e Sociedade, v. 9-10, p. 63-81, 2006.

OHMYNEWS. 1999-2011. Disponível em: <<http://www.ohmynews.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

_____. **OhmyNews International**. [200-]. Disponível em: <<http://international.ohmynews.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

OUTING, Steve. **The 11 layers of citizen journalism**. Poynter Online. 2005. Disponível em: www.poynter.org/content/content_view.asp?id=83126. Acesso em: 18 ago. 2010.

PAVLIK, John. **Journalism and new media**. New York: Columbia University Press, 2001.

PECQUERIE, Bertrand; KILMAN. **Do Jornalismo Cidadão ao Conteúdo Gerado pelo Usuário**. Departamento de Estado dos EUA – Revista *eJournal USA*. 2007. Vol. 12. N. 12. Disponível em: http://www.america.gov/media/pdf/ejs/mmc_port.pdf. Acesso em 6 fev. 2010.

PRIMO, Alex; TRÄSEL, Marcelo. **Webjornalismo participativo e a produção aberta de notícias**. *Contracampo (UFF)*, v. 14, p. 37-52, 2006. Disponível em: <<http://www6.ufrgs.br/limc/PDFs/webjornal.pdf>>. Acesso em 14 jul. 2010.

RECORD. **R7**. 2009-2011. Disponível em: <<http://www.r7.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

REPORTERO DIGITAL. 2000. Disponível em: <<http://www.reporterodigital.org/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

REPORTEROS DE AMERICA. 2011. Disponível em: <www.reporterosdeamerica.net>. Acesso em: 05 nov. 2011.

RODRIGUES, Sofia. **Jornalismo versus jornalismo cidadão**. 2006. Disponível em: <<http://publicacoes-fac.blogspot.com/2006/10/jornalismo-versus-jornalismo-cidadao.html>>. Acesso em: 18 jul. 2010.

SALAVERRÍA, Ramón. **¿Ciberperiodismo sin periodistas?**. Diez ideas para la regeneración de los profesionales de los medios digitales. En: Campos Freire, F. (coord.) El cambio mediático. Zamora: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones, pp. 236-249, 2010. Disponível em: <<http://dspace.unav.es/dspace/handle/10171/7259>>. Acesso em: 22 out. 2011.

SCHIAVO; Marcio R; MOREIRA, Elisio N. **Glossário Social**. Rio de Janeiro: Comunicarte, 2005

SELLTIZ, Claire. **Métodos de pesquisa nas relações sociais**. 2 ed. São Paulo: EPU, 1987.

SENRA, Stella. **O último jornalista**. Imagens de cinema. São Paulo: Liberdade, 1997.

TARGINO, Maria das Graças. **Jornalismo cidadão: informa ou deforma?**. Brasília: Ibict: UNESCO, 2009.

TERRA. 2011. Disponível em: <<http://www.terra.com.br/portal/>>. Acesso em: 05 nov. 2011

THE WASHINGTON TIMES. 2011. Disponível em: <<http://www.washingtontimes.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.

TRAQUINA, Nelson. **Teorias do Jornalismo**. A tribo jornalística – uma comunidade interpretativa transnacional. Florianópolis: Insular, 2005.

TRAQUINA, Nelson; MESQUITA, Mario. **Jornalismo Cívico**. Lisboa: Horizonte, 2003.

TUCHMAN, Gaye. **Making News: A Study in the Construction of Reality**. New York: Free Press, 1978.

WIKIPÉDIA. 2011. Disponível em: <www.wikipedia.org>. Acesso em: 05 nov. 2011.

YOU TUBE. 2011. Disponível em: <<http://www.youtube.com/>>. Acesso em: 05 nov. 2011.