



## **Jornalismo e cidadania: análise da interatividade no jornal Diário dos Campos <sup>1</sup>**

Gisele Barão da Silva<sup>2</sup>

Luciane Justus dos Santos<sup>3</sup>

Marcelo Engel Bronosky<sup>4</sup>

Paula Melani Rocha<sup>5</sup>

### **Resumo**

Este estudo propõe uma breve reflexão sobre o debate que os conceitos do jornalismo cidadão, em conjunto com as transformações sociais e as demandas do leitor, mobilizam para pensar as práticas jornalísticas no interior. Neste caso específico, a reflexão está pautada no impresso Diário dos Campos, de Ponta Grossa, Paraná. O objetivo é olhar para algumas práticas deste veículo e apontar se podem ser consideradas como jornalismo cidadão ou se caminham, enquanto experiências, para esta vertente. O enfoque do objeto empírico são as ofertas de interatividade com o leitor e o diálogo que promovem com o jornal a partir da web 2.0. A discussão teórica fundamenta-se no campo do Jornalismo.

### **Palavras-chave**

Jornalismo cidadão; espaço do leitor; interatividade; Diário dos Campos

---

<sup>1</sup> Trabalho apresentado na modalidade Artigo Científico na IV Conferência Sul-Americana e IX Conferência Brasileira de Mídia Cidadã.

<sup>2</sup> Jornalista, mestranda em Jornalismo pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), bolsista Capes. giselebarao@yahoo.com.br

<sup>3</sup> Jornalista, especialista em Mídia, Política e Atores Sociais pela Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG) e mestranda em Jornalismo pela UEPG. emaildaluciane@hotmail.com

<sup>4</sup> Professor Adjunto dos cursos de graduação e mestrado em Jornalismo da UEPG. marceloengel2004@hotmail.com

<sup>5</sup> Professora Adjunta do curso de graduação e do mestrado em Jornalismo da UEPG. Pesquisadora colaboradora do LABJor/UNICAMP. pmrocha@uepg.br



## **Jornalismo, cidadania e democracia**

Abreu (2002) levanta algumas questões práticas relacionadas ao jornalismo cidadão, que contribuem para identificar proximidades com a experiência nos impressos. Para ela, esse tipo de jornalismo tem a função de dar aos leitores informações sobre os problemas comuns do cotidiano. Isso pode ser relacionado ao conceito de “utilidade social” da mídia, indicando que os meios devem se voltar a interesses concretos dos cidadãos.

Uma das consequências imediatas é a preocupação em denunciar o não atendimento das necessidades básicas dos cidadãos, como as más condições dos hospitais, o problema das vagas nas escolas públicas, o desrespeito ao consumidor e a falta de controle de qualidade dos produtos, ou as violências praticadas pela polícia (ABREU, 2002 p.46).

Dourado destaca que o jornalismo cidadão tira dos meios de comunicação a exclusividade na produção das notícias. Com uma audiência atenta e participativa, os jornais se sentem 'vigilados' pelos leitores e aumenta a responsabilidade de atender às expectativas desse leitor.

Também chamado de jornalismo participativo, colaborativo ou open source, o jornalismo cidadão é aquele em que as audiências atuam ativamente na produção das notícias, propondo que qualquer pessoa possa produzir e publicar matérias, tendo papel ativo na recolha, análise, escrita e divulgação de informações – funções antes restritas aos meios de comunicação (DOURADO, p.4).

Ao associar jornalismo com democracia o autor Érik Neveu (2006) considera que o termo cidadão está em maior sintonia com a ideia de sociedade política que o termo consumidor. Em se tratando de cidadãos é preciso considerar que a cidadania reivindica um “debate permanente, pontuado por momentos de participação, sobre as questões do viver em comum e suas soluções” (NEVEU, 2006, p. 196).

(...) Esse papel de cidadão precisa de uma informação inteligível, completa e contraditória que dê sentido a um máximo de dimensões da vida social e, portanto, não se polarize sobre os únicos discursos da instituição, não identifique as vias ordinárias do trivial ou do subalterno, não reduza a sociedade a seus extremos (NEVEU, 2006, p. 196).

Conforme aponta Braga (2006), as cartas dos leitores parecem ser o elemento de maior interatividade escrita nos jornais. E, por isso, grandes expectativas foram depositadas em tal prática, considerada “o próprio debate público”. As cartas vistas como uma reação da sociedade, segundo Braga representariam “o verdadeiro setor de esfera pública”. “Efetivamente, é o espaço em que o leitor e o jornalista podem cotejar perspectivas sobre os acontecimentos sociais, em que os leitores



falam com o jornal, *no jornal* e eventualmente sobre o jornal” (BRAGA, 2006 p.133).

No esforço de compreender os fenômenos da circulação e produção de sentido, Braga (2006) também propõe um modelo diferente do tradicional (largamente criticado) emissor/receptor para os estudos de processos comunicacionais. Braga (2006) considera o modelo comunicacional midiático a partir de três sistemas ou como ele se refere subsistemas: produção, recepção e interação social sobre a mídia – resposta social. O objetivo do autor é compreender para além dos processos que tradicionalmente consideram a dualidade mídia e sociedade, no sentido de considerar que existem apropriações, modos de operar sentido e de interação do público com a mídia. Estas interações são complexas e fundamentais para os estudos contemporâneos que compreendem a comunicação midiática pelo viés da cultura.

O sistema de interação social sobre a mídia (seus processos e produtos) é um sistema de *circulação diferida e difusa*. Os sentidos midiaticamente produzidos chegam à sociedade e passam a circular nesta, entre pessoas, grupos e instituições, impregnando e parcialmente direcionando a cultura. Se *não circulassem, não estariam “na cultura”* (BRAGA, 2006, p. 27).

O autor busca compreender “o que a sociedade *faz* com sua mídia” – considerando a “resposta” para a oferta de sentidos que é posta em circulação. Por esta perspectiva, o autor avalia que existem espaços onde estas “respostas” se manifestam concretamente: os dispositivos sociais. Estes dispositivos, segundo o autor, conferem “consistência, perfil e continuidade a determinados modos de tratamento” e a interação que deste processo interpretativo resulta “retroage” sobre a interação do público com a mídia.

Existe toda uma variedade de “dispositivos sociais”: cineclubes, *sites de media criticism*, fóruns de debate sobre rádio de televisão, crítica jornalística, revistas cujo tema é a própria mídia, produções acadêmicas sobre os meios, processos de autocrítica da imprensa... (BRAGA, 2006, p. 37).

Um dos dispositivos que o autor considera em sua reflexão sobre a interação social são as cartas dos leitores. Segundo ele, algumas experiências como a do Pasquim na década de 1970, quando abriu espaço de duas páginas (tabloide) para o diálogo com leitores, revelaram que a expectativa de grande participação e “criatividade” do público para “debater” questões sociais relevantes deveria ser revista. Para Braga (2006) as manifestações eram superficiais, redundantes e ingênuas – com a ressalva de que os tempos eram outros (BRAGA, 2006, p. 134).

As cartas “são, por definição, uma iniciativa do usuário-receptor do jornal, direcionada



para um sentido inverso da mensagem original: uma resposta” (BRAGA, 2006, p.135). E mesmo reconhecendo que é uma interação de circulação “diferida e difusa” considera importante observar seu funcionamento efetivo:

(...) Interessa-nos, antes, perceber as lógicas do processo, assim como sua potencialidade de fornecer aos *usuários* (à sociedade, portanto) um instrumental crítico-interpretativo que possa ampliar sua competência de “leitura”, de escolha, de “edição”. Entendemos que essa qualificação social difusa é que pode ter efeitos (indiretos, é claro) de qualificação e exigência sobre a mídia (BRAGA, 2006, p. 135).

As perspectivas de Braga (2006) sugerem que a sociedade não está passiva diante dos conteúdos e da oferta de sentidos promovidos midiaticamente. Existem processos de apropriação, ressignificação e crítica a partir dos diversos usos que as pessoas fazem daquilo que consomem midiaticamente. Como o próprio autor aponta ressalvas na experiência do Pasquim é preciso também considerar que a partir da web 2.0<sup>6</sup> e a possibilidade ampliada de participação do usuário (como assim também se refere Braga ao leitor) intensifica ainda mais sua intervenção a partir do momento que também se torna produtor de informação.

### **Novas formas de participação com a web 2.0**

O leitor, para o autor francês Mouillaud (2002), opera a passagem do jornal da virtualidade à existência – razão de ser, mas também de forma invertida, compreende que o jornal é matriz – que dá ao leitor o seu “formato”. A proposta do autor é pensar numa figura ideal (ou virtual, modelo, implícito, destinatário para outros autores) para entender essa outra metade do jornal - o leitor.

(...) O leitor, o jornal e o mundo, estas três instâncias, têm corpo único, são postas em presença umas das outras. (...) Tudo se passa como se estivesse inscrita, no início do jornal, uma fórmula, que seria o inverso do “era uma vez”: “eis aqui, leitor, o mundo que você está” (MOUILLAUD, 2002, p. 178).

---

<sup>6</sup> Antoun (2008, p. 19) aponta: “o movimento da Web 2.0 começa em 2000 no blog Cluetrain Manifest, onde publicitários, marketeiros e empreendedores pensam a internet como um lugar capaz de revolucionar a publicidade, o marketing e os negócios (Levine, Locke, Searls e Weinberger, 2000), desgastados com a violência e a estupidez da mídia proprietária de massas e seu modelo invasivo, caro e coercitivo (Rushkoff, 1999). A internet deveria ser como o *blog*: uma plataforma na qual programas *open source* tornariam o conhecimento de programação desnecessário e tornariam o usuário um produtor e cooperador das empresas (Levine, Locke, Searls & Weinberger, 2000; Rheingold 2002).

Primo (2008, p. 101) complementa que: “A Web 2.0 refere-se não apenas a uma combinação de técnicas informáticas (serviços *web*, linguagem Ajax, *web syndication*, etc.), mas também a um determinado período tecnológico, a um conjunto de novas estratégias mercadológicas e a processos de comunicação mediados pelo computador.”



Outra abordagem que pode contribuir para este debate é dos autores Pamela Shoemaker e Tim Vos (2011) que, para pensar o processo de *gatekeeping* no século XXI (seleção das notícias pelo jornalista compreendida na metáfora de Mr Gates - o *porteiro*), consideram fundamental que os estudos incluam a participação da audiência e o desafio para compreender as mídias *on line* estaria em “aplicar de maneira criativa a teoria num mundo de mudanças” e “adaptar a metodologia de modo que acompanhe as transformações” (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 181).

Para ilustrar as transformações na interação entre público e jornalistas, os autores citam o caso da matéria do *New York Times* (*homepage nytimes.com*) sobre a expectativa dos norte-americanos quanto ao mandato de Barack Obama, uma semana antes de sua posse em 2009. Ao entrevistar pessoalmente 200 pessoas, o jornal construiu um conjunto de expectativas transformadas em palavras e frases em azul sobre questões que tratavam desde o aborto, meio ambiente, segurança nas fronteiras, religião, saúde e outros. A partir dessa ampla manifestação outra interatividade foi colocada aos leitores/internautas:

(...) O leitor clicava em um assunto e ouvia as mensagens curtas dos entrevistados. Em qualquer momento os leitores podiam registrar suas expectativas clicando no *site*, modificando a cor daquele assunto para verde. Depois dos leitores refletirem sobre as questões, podiam comparar suas expectativas com as de outros que haviam interagido com a matéria e ver o número de pessoas que haviam selecionado cada assunto (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 182).

Segundo os autores, nesse processo não linear que resultou na comunicação das questões prioritárias (e, portanto, de interesse público) aos editores, outros leitores, políticos e outras fontes, é fundamental perceber o movimento do fluxo comunicacional que se estabeleceu no canal entre os 200 entrevistados (considerados como fontes no texto), depois no canal da mídia (a matéria produzida) e no canal dos leitores para então retornar ao canal da mídia. Trata-se de uma intencionalidade em fazer circular os fluxos através da interatividade:

Os leitores manipularam os tópicos, enviando de volta informações para os canais de fonte, da mídia e dos leitores – um ciclo em constante repetição, controlado apenas pelas decisões dos editores sobre o valor de notícia da matéria e de quando removê-la do montante de reportagens relacionadas à posse Obama no qual fazia parte (SHOEMAKER e VOS, 2011, p.182).



Entretanto, ao mesmo tempo que evidenciam as potencialidades na interatividade entre o público e o jornalista os autores chamam a atenção para os desafios teóricos e metodológicos dos estudos que compreendem uma abordagem dos canais fontes, mídia e leitores no formato *on line* – cujo conteúdo apresenta como caráter único a constante mudança e que desencadeiam diferenças temporais e de experiência a cada leitor:

(...) as metodologias das ciências sociais não estão preparadas para analisar a mídia *online*. Precisamos de métodos novos ou modificados se quisermos estudar a mídia *online* e se quisermos que a Teoria do *Gatekeeping* avance (SHOEMAKER e VOS, 2011, p. 183).

Nessa mesma linha, o autor Luiz Martins da Silva (2002), considera que, no ambiente *on line* há uma mudança de estratégia na relação entre imprensa e público:

(...) Ao ler as ‘matérias’ jornalísticas disponibilizadas em rede, o leitor poderá optar pela sua antiga passividade, ‘falar’ com os editores ou com outros leitores, clicar sobre *links* oferecidos, ou simplesmente pular de site em site, à maneira das borboletas e dos beija-flores. Ler, portanto, já não é o mesmo ato, mas um ato de navegar. Para um hipertexto, ou uma hiperímídia, uma hiperinteratividade. Poderíamos, conseqüentemente, falar de uma ‘hiperdiscursividade’ (SILVA, 2002, p. 254).

O jornalismo contemporâneo, segundo Silva (2002), pode contar com uma “interveniência de atores” (antes receptores passivos) e, diante da “digitalização do cotidiano”, as vivências podem ser partilhadas por aqueles que estão inseridos no que chama de “vida digital” (SILVA, 2002, p. 258).

Na aposta do paradigma da interatividade que recoloca o conceito de “*público* como agente”, Silva (2002) considera que há um redimensionamento entre comunicação de massa e comunicação social (de fato) – na “condição participativa dos cidadãos”. Nesse novo paradigma, a democratização da informação pressupõe a “incorporação dos sujeitos sociais no processo informativo”, cuja intervenção implica na decisão dos fatos que merecem ser publicados e na versão que melhor atende ao interesse público. Na internet, por exemplo, alguns segmentos da sociedade além de publicizar suas demandas “também reivindicam o direito de vigiar e, se necessário, ‘corrigir’ o sentido produzido pelos *outros*” (SILVA, 2002, p. 259).

(...) Proliferam por todo o mundo os *watch dogs*, os *news councils*, os *conselhos de comunicação*, os observatórios da imprensa e do próprio ciberespaço (*cyberwatches*). São os olhos da vigilância que, dos mais distintos *lugares de fala*, procuram *ajustar* os discursos porventura classificados como preconceituosos, discriminadores, excludentes, odiosos, etc (SILVA, 2002, p. 259).



Nesta perspectiva, o autor considera uma inversão na lógica a possibilidade da sociedade exigir de maneira prática da mídia uma “cobertura e edição plural dos acontecimentos” e o pluralismo “não será tão somente uma dadivosa” das empresas. Nesse movimento, o autor aponta que tanto a sociedade se mobiliza em suas práticas de enfrentamento e vigilância quanto a própria mídia trata de “fortalecer espaços institucionais com o *público* como por exemplo: ouvidorias, ombudsman, atendimento leitor, chamadas gratuitas (sistemas de ligação 0800) (SILVA, 2002, p.260).

O autor ressalta que podem existir situações de “falsa interatividade” nas quais a simples “conectividade” esteja apenas para “fins mercadológicos” sem contemplar um processo marcado por um “trânsito livre que tenha sentido participativo e emancipatório” (SILVA, 2002, p.261).

Outro conceito que o autor mobiliza (e reivindica mudança na sua concepção) para pensar a interatividade no jornalismo é o de democracia:

Democracia não será tão somente aquele regime em que podemos tranquilamente (?) delegar poderes e representação aos eleitos. Democracia será o regime da co-participação, da co-responsabilidade e da co-autoria dos discursos normativos e expressivos dos valores sociais e culturais, da própria identidade, enfim. Democracia será, portanto, uma ordem auto-fundada e não apenas concebida por grandes homens, grandes líderes, grandes chefes (SILVA, 2002, p. 268).

Desta forma as considerações do autor fazem a distinção entre democracia representativa e democracia participativa e elegem a interatividade, o pluralismo como fatores fundamentais para sua efetiva concretização nos processos comunicacionais contemporâneos.

### **O Diário dos Campos e as experiências de interação com o público**

A partir dessas reflexões sobre as interações com os leitores e as possibilidades da internet, buscou-se analisar o caso do impresso ponta-grossense Diário dos Campos (DC). O periódico circula diariamente em mais de 20 cidades da região e é considerado o primeiro jornal da cidade que se estabeleceu como negócio. Surgiu em 1907, ainda como O Progresso. O nome atual foi uma mudança adotada em 1913. Fazem parte da equipe de reportagem, atualmente, sete repórteres e um chefe de redação.

No decorrer do tempo, o jornal incorporou algumas ferramentas que podem ser avaliadas como tentativas de aproximação com o público. Em abril deste ano, por exemplo, o Diário dos



Campos retomou um projeto antigo, o DC nos Bairros. Trata-se de um espaço na editoria Cidades que, semanalmente, contém uma reportagem com reivindicações dos moradores de um bairro da cidade. Na edição anterior à data de início do projeto, houve a publicação uma matéria explicativa.

*O DC começa, a partir de amanhã, um novo quadro para contribuir com os moradores dos bairros de Ponta Grossa. O projeto chamado 'DC nos Bairros', tem como principal objetivo dar voz para os moradores, abrindo espaço para que eles relatem problemas de infraestrutura, saúde, educação e outros. As reportagens serão publicadas todos os sábados. A série especial foi retomada na semana passada, quando a equipe do DC esteve na localidade de Pinheirinhos e encontrou diversas dificuldades enfrentadas pelos moradores. A principal delas é a falta de uma unidade de saúde. Doentes acamados não têm assistência de médicos e, com isso, o estado de saúde deles é agravado (Diário dos Campos, edição de 05/04/2013).*

Desde que foi retomado, o projeto tem sido um dos principais temas no espaço do leitor nos finais de semana. Isso porque, criando essa aproximação, o jornal faz com que outras pessoas relatem problemas semelhantes em outros bairros, ou mesmo sugiram ao repórter responsável visitas a novos locais. O cidadão pauta diretamente o jornal.

Algumas matérias publicadas no projeto foram “Moradores do Jardim Atlanta não possuem áreas de lazer” (8 de junho), “Moradores do Cará-Cará pedem pavimentação de ruas” (18 de maio), “Moradores do Jardim Europa vivem em áreas de risco” (6 de abril), “Vila Coronel Cláudio sofre com falta de infraestrutura e segurança” (1º de junho) e “Santa Luzia' pede mais médicos para unidades de saúde” (27 de abril). Em uma análise geral, os comentários registrados nesses casos cobram retorno do poder público e reforçam os problemas no bairro. Por exemplo, na reportagem “Esplanada sofre com problemas de saúde e educação”, de 16 de abril, havia três comentários dos leitores no site do jornal. Um deles dava mais informações sobre o assunto. “A Unidade de Saúde José da Silva Ribeiro do bairro Esplanada, não tem estrutura adequada para todos esses atendimentos dos bairros vizinhos, nem cadeiras para quem está aguardando tem, apenas umas 8 e o resto estão quebradas (...)”.

Outro perfil dos comentários neste projeto é de incentivo ao jornal (que eventualmente são publicados na versão impressa), destacando essa iniciativa. O espaço do leitor do DC publica diariamente, em média, sete recados dos leitores. As 'cartas do leitor' são recebidas via e-mail, por comentários postados no site e em redes sociais. Uma observação preliminar mostrou que grande parte desses comentários vem das redes sociais.



Outra estratégia de interação com o público implantada pelo jornal é uma enquete no site. Diariamente, o chefe de redação elabora uma pergunta com duas opções de resposta na página do jornal da internet. Disponível durante todo o dia, os leitores podem votar e o resultado é publicado na edição do dia seguinte. Porém, este recurso traz poucos resultados ao processo produtivo. Segundo um dos profissionais que ocuparam o cargo de chefe de redação em 2013, essa ferramenta é mais um “acessório”. Ou seja, embora tente alguma interatividade ao mobilizar a opinião dos leitores em temas latentes no cotidiano da cidade, o resultado não interfere nas pautas escolhidas, por exemplo.

Outra ressalva sobre a interatividade na internet é que o jornal optou, há mais de dois anos, por não disponibilizar as reportagens na íntegra no site, exceto as da editoria Polícia, uma das mais lidas. No máximo dois parágrafos são publicados, seguidos da mensagem “leia a matéria completa na edição impressa do DC”. Ao adotar essa escolha, o jornal acaba inibindo comentários dos leitores, já que não é possível conhecer todas as informações sobre o fato.

No DC *on line* o usuário pode postar sua opinião sobre a matéria diretamente da sua conta de redes sociais ou email ( *Facebook, AOL, Yahoo e Hotmail*), este recurso possibilita que outros leitores/internautas acessem diretamente o link do autor do comentário, o que abre uma interatividade direta entre os internautas.



Figura 1 – Espaço para comentários das matérias no site do DC

Tabela 1 - Interatividade no site do DC: blogs e colunas

Nome	Assunto	Autoria	Atualizado em
1. Considerações Fashionistas	Moda	Rodrigo Covolan e Milena Cristo	06/06/2011
2. Julio Cesar B Constantino	Consultoria Contabilidade Advocacia	Julio Cesar Constantino	08/10/2010 Único post
3. Sorriso em dia	Saúde bucal	Regiane Brigola de Oliveira	07/04/2011
4. Alexandre Augusto	Fórmula 1	Alexandre Augusto	08/12/2010
5. Marco Antonio	Planejamento financeiro	Marco Antonio	24/04/2011 Única post
6. Bulek – Contabilidade e Assessoria	Assessoria contábil	João Demétrio Bulek	07/06/2013



7. Editorial	Editorial JM	jornal	16/06/2013
8. Visão empresarial	Administração	Luciano Salamacha	14/06/2013
9. Interregno	Filosofia	Jamil Salloum Jr	28/12/2012
10. Coluna DC	Política	Aline Rios	16/06/2013
11. Sintonia Fina	Cinema, música, tv, celebridades	Thiago Lazzarini	15/05/2011
12. Márcio Pauliki	Pautas da cidade	Marcio Pauliki	11/02/2011
13. Física do Cotidiano	Física	José Flávio Marcelino Borges	06/11/2011
14. Programe-se	Agenda de cinema, música, shows, restaurantes	jornal	25/05/2012
15. Turismo, Cultura e Natureza	Turismo	Jasmine Moreira	18/08/2012
16. Munchen Fest 2011	Festa Munchen 2011	Jornal	06/12/2011
17. Obituário-Falecimentos	Obituários	jornal	11/09/2012
18. Negócios e Oportunidades	Investimentos, economia, empreendedorismo	Hamilton Fonseca	09/06/2013
19. Espaço do leitor	Artigos (não comentários)	Vários autores	07/01/2012
20. Cine Araújo	Programação cinema	Jornal	14/06/2013
21. Lumière Cinema	Programação cinema	jornal	14/06/2013
22. Redação Interativa DC	Redação Interativa * Saúde Interativa **	jornal	19/12/2012
23. Horóscopo	Horóscopo	jornal	22/02/2012
24. Boca de Cena	Crítica de teatro – Fenata	Helcio Kovaleski	15/01/2013



25. A presidenta responde	Política	Dilma Rousef***	05/02/3013
26. Artigos	Artigos enviados	Vários autores	16/06/2013
27. Farm Progress	Agronegócio	Luciana Brick	04/09/2012
28. Munchen Fest 2012	Munchen Fest	Jornal	30/11/2012
29. Meio Ambiente	Meio Ambiente	Fernando de Barros	16/06/2013

\* - Este blog tem por objetivo servir de canal de interação entre os leitores e a equipe de Redação do Diário dos Campos. Neste espaço você pode sugerir temas e participar da construção das reportagens da edição impressa e do Portal do DC.

\*\* - No link o nome aparece como “Redação Interativa” – ao entrar o nome da coluna muda para “Saúde Interativa.

\*\*\* - Esta seção responde a perguntas de leitores enviadas aos veículos cadastrados e repassadas à Secretaria de Comunicação Social da Presidência da República. O governo seleciona todas as semanas três perguntas entre as enviadas.

### **Análise dos blogs e colunas**

Os dados sobre os blogs e colunas disponibilizados no site do Diário dos Campos mostram que, nesse caso, o jornal descumpre uma característica fundamental do jornalismo: a atualidade como critério de noticiabilidade e como potencial da plataforma online. Das 29 páginas, apenas nove estão atualizadas. É interessante observar que essas nove são colunas fixas da edição impressa. Isso significa que a produção diária é o que viabiliza a atualização. Já nos conteúdos exclusivos para o site, não há postagens recentes. Isso indica uma tendência do jornal em subaproveitar o espaço online.

Tabela 2 – Estatística semanal da origem da manifestação dos leitores no jornal impresso referente ao mês de junho

<b>Data</b>	<b>Origem das manifestações</b>	<b>Total</b>
9 e 10/06 (domingo e segunda)	1 por e-mail e 2 por <i>Facebook</i>	3
11/06	4 via <i>Facebook</i> e 1 via e-mail	5
12/06	6 via <i>Facebook</i>	6



13/06	5 via <i>Facebook</i>	5
14/06	3 via <i>Facebook</i> ; 1 por email e 1 assina direto	5
15/06	2 via <i>Facebook</i> ; 1 via e-mail e 1 assina direto	4
16/06 e 17/06 (domingo e segunda)	2 via <i>Facebook</i> e 1 via e-mail	3

As estatísticas que verificaram a origem das manifestações apontaram uma média de quatro cartas por dia durante esta semana. Cinco comentários foram feitos via e-mail, 24 via *Facebook* e nenhum via *Twitter*. De maneira geral, a rede social se mostrou como principal canal de comunicação entre público e jornal.

### **Os filtros e a seleção**

Diversos autores ajudam a definir as funções de um editor. Para Beltrão (1960), o surgimento da figura desse cargo está relacionado com o desenvolvimento da técnica profissional.

Foi a evolução da técnica, atingindo profundamente os processos de difusão e exigindo a inversão de grandes capitais para o seu estabelecimento e manutenção, bem como criando sempre novos veículos, a principal responsável pelo surgimento do editor como uma figura com caracteres próprios, emancipada dos demais agentes (1960, p.123).

Alguns autores se dedicaram à caracterização das atribuições dos jornalistas responsáveis pelo processo de edição da notícia. Luis Amaral (1978) descreve a figura profissional que denomina como secretário de redação.

Sem escrever nem compor uma só linha, a não ser em casos especiais, o secretário é quem cuida para que todas as linhas escritas sejam entregues à composição a tempo e a hora. Cinco minutos de atraso podem ocasionar verdadeira catástrofe, pois o jornal corre o risco de perder a partida do trem, do ônibus, do avião e não ser distribuído em regiões inteiras. Fazer com que o jornal saia bem feito e sempre no momento exato é a sua luta de todos os dias (AMARAL, 1978, p.57).

O autor atribui a esse profissional atividades como o acompanhamento das notícias em jornais, televisão, rádio, conversa com autoridades e outros meios; gerenciar o horário de entrega



das matérias, verificar títulos e textos; faz a interlocução com a chefia do jornal; acompanha o fechamento; seleciona o material que fará parte da primeira página e distribui as pautas.

Segundo Caversan (2009), o editor planeja o trabalho da editoria com visões de curto e longo prazo, orienta as pautas, aprova o 'cardápio' da edição, discute as pautas com o repórter, decide quais matérias entram ou não na edição, decide quais textos terão destaque, além de dar soluções rápidas em caso de imprevistos.

No Diário dos Campos, esse profissional tem ainda a função de escolher as manifestações que vão ocupar a página de opinião diariamente. Ele é uma peça-chave na seleção, já que, diferente de redações maiores, é o único jornalista com função de chefia na empresa. Nesta reflexão, também consideramos que essa função envolve a noção de *gatekeeping*, já que o chefe de redação escolhe, a partir de alguns critérios, no universo de mensagens disponíveis, aquelas que 'merecem' ocupar a versão impressa do jornal <sup>7</sup>

White resumiu o termo *gatekeeping* em duas afirmações: a primeira é considerar que a difusão das informações acontece por meio de canais ou cadeias; e a segunda é que, nessas cadeias, existe uma espécie de porta, pelas quais as notícias passam ou são retidas, conforme as decisões do *gatekeeper*.

É somente quando analisamos as razões apresentadas pelo 'Mr. Gates' para a rejeição de quase nove décimos das notícias (na sua procura do décimo para o qual ele tem espaço) que começamos a compreender como a comunicação de notícias é extremamente subjetiva e dependente de juízos de valor baseados na experiência, atitudes e expectativas do *gatekeeper* (WHITE apud TRAQUINA, 1993, p.145).

O editor também funciona como um filtro quando precisa montar o espaço do leitor. Nem todas as manifestações são publicadas, seja por falta de espaço ou mesmo pelo teor das opiniões emitidas.

Outros autores tratam das alterações que o tempo e a tecnologia trouxeram ao trabalho dos editores, desde a checagem das informações até a seleção dos textos, funções descritas por autores como Isabel Travancas (1992) e Juarez Bahia (1990). Com a internet, os comentários sobre as matérias estão dispersos não apenas em cartas e e-mails, mas nas redes sociais e sites do veículo

---

<sup>7</sup> David Manning White usou o termo *gatekeeper* aplicado ao jornalismo pela primeira vez em 1950, no estudo "The Gatekeeper. A case study in the selection of news", numa análise dos fluxos de notícias em organizações jornalísticas. Mas o conceito já havia sido desenvolvido três anos antes, com Kurt Lewin, num estudo que relacionava comunicação interpessoal e mudanças em hábitos alimentares.



de comunicação. Além de aumentar a seleção, os profissionais podem ter mais sugestões e apontamentos sobre o material que produzem, gerando pautas, por exemplo.

### **Considerações finais**

É possível desenvolver jornalismo cidadão em um veículo que funciona segundo lógicas empresariais? Se considerarmos as características essenciais da comunicação cidadã, é difícil imaginar. Porém, é necessário considerar uma tentativa de aproximação com o público e um espaço fixo para dar voz às necessidades de regiões afastadas da cidade.

Pode-se afirmar que o jornalismo cidadão também é uma tendência do jornalismo em se voltar para os seus preceitos básicos, conforme as teorias do jornalismo público. Em um momento de crise, o jornalismo tenta se voltar a essências da prática e servir à comunidade divulgando as suas necessidades. Quanto ao espaço do leitor, fica claro que no projeto DC nos Bairros ele também funciona como local de sugestão de pautas.

Outro fator importante nessa interação com os leitores é a função do editor, que age nesse processo como o mediador de um debate público, ainda que distante do ideal que se possa imaginar enquanto tal. As análises de origem das manifestações dos leitores com o jornal demonstram que as redes sociais se destacam (como é o caso do *Facebook*) e é preciso observar, tanto em pesquisas acadêmicas como na redação do jornal, este novo canal de interação.

A análise dos blogs e colunas também reforça que a oferta de interação deixa a desejar por disponibilizar conteúdos desatualizados, descontínuos e inexpressivos em termos de crítica, revelando-se mais em termos de utilidade pública ou crítica pontual (teatro). Outra limitação da interatividade está na navegabilidade que não facilita o acesso aos comentários dos leitores.

### **Referências**

ABREU, Alzira Alves de. *A modernização da imprensa*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar Ed., 2002.

AMARAL, Luís. **Jornalismo**: matéria de primeira página. 2ª ed. Rio de Janeiro: Tempo Brasileiro, 1978.

ANTOUN, Henrique (org). **Web 2.0**: participação e vigilância na era da comunicação distribuída. Rio de Janeiro: Mauad X, 2008.

BELTRÃO, Luiz. **Iniciação à Filosofia do Jornalismo**. Rio de Janeiro: Agir Editora, 1960.



BAHIA, Juarez. **Jornal, história e técnica**. As técnicas do jornalismo. 4 ed. São Paulo: Ática, 1990.

CAVERSAN, Luiz, PRADO, Magaly (org). **Introdução ao Jornalismo diário**: como fazer jornal todos os dias. Volume 1. São Paulo: Saraiva, 2009.

DOURADO, Mariana. A esfera pública no jornalismo cidadão online. Refletindo a reconfiguração do conceito de Habermas nas práticas colaborativas da notícia. In. **Biblioteca Online de Ciências da Comunicação (BOCC)**. Disponível [www.bocc.ubi.pt](http://www.bocc.ubi.pt) em Acesso em 15 de junho de 2003.

MOUILLAUD, Maurice. **Posturas do leitor**. IN: O jornal: da forma ao sentido. PORTO, Sérgio Dayrell (org). Brasília, 2002. P.173-190.

NEVEU, Érik. **Sociologia do Jornalismo**. São Paulo: Loyola, 2006.

SILVA, Luis Martins da. **Imprensa, discurso e interatividade**. In: O jornal: da forma ao sentido. PORTO, Sérgio Dayrell (org). Brasília, 2002. P.253-271.

SHOEMAKER, Pamela J. e VOS, Tim P. **Teoria do Gatekeeping: Seleção e Construção da Notícia**. Penso: 2011.

TRAQUINA, Nelson (orgs). **Jornalismo**: questões, teorias e histórias. Lisboa: Veja, 1993.

TRAVANCAS, Isabel Siqueira. **O mundo dos jornalistas**. 3ªed. São Paulo: Summus, 1992.